



História da Comunicação e do Jornalismo: estudos no espaço Ibero-Americano

EDITOR: JORGE PEDRO SOUSA



PUBLICAÇÕES FUNDAÇÃO FERNANDO PESSOA

FICHA TÉCNICA

Título: História da Comunicação e do Jornalismo: estudos no espaço Ibero-Americano

Editor: Jorge Pedro Sousa

© FUNDAÇÃO FERNANDO PESSOA

Artigos: Alberto Pena-Rodríguez • Aline Veronez • Andréia Magalhães de Oliveira •
Celiana Azevedo • Concha Langa Nuño • Isabel Correia • João Paulo Limão • Jorge
Pedro Sousa • Juan José Flores • Júlia Leitão de Barros • Karulliny Silverol Siqueira •
Luiz Eduardo Alcântara de Paula Souza • Manuela Magalhães Macedo Melo • Maurício
da Silva Duarte • Mauro Souza Ventura • Monica Martinez • Nivaldo Pereira de Moraes
Júnior) • Noemi Díaz Rodríguez • Pablo Ariel Cabás • Pedro Marques Gomes •
Rosângela Stringari • Thaynara Máille Marques Ribeiro

Diagramação e Paginação: Oficina Gráfica da UFP

ISBN: 978-989-643-194-5

HANDLE: <http://hdl.handle.net/10284/15506>

Permitida a reprodução não comercial, para fins científicos e educativos, desde que
seja mencionada a origem.

CATALOGAÇÃO NA PUBLICAÇÃO

HISTÓRIA DA COMUNICAÇÃO E DO JORNALISMO

História da Comunicação e do Jornalismo : estudos no espaço Ibero-Americano /
ed. Jorge Pedro Sousa. – eBook. – Porto : Publicações Fundação Fernando Pessoa,
2026. – 426 p.

ISBN 978-989-643-194-5

Jornalismo / Ciências da comunicação / História da imprensa / Sociologia da
comunicação

CDU 070
316.77
659.3

História da Comunicação e do Jornalismo: estudos no espaço Ibero-Americano

EDITOR: JORGE PEDRO SOUSA

PORTO • 2026

Índice

- 007 Prólogo (Jorge Pedro Sousa)

História oral e memória nos estudos de história da comunicação e do jornalismo

- 013 Uma investigação exploratória sobre memórias do uso e receção de notícias e dos meios jornalísticos – testemunhos orais de dois académicos portugueses com 77 anos (Jorge Pedro Sousa)
- 061 Invisibles en el Periodismo. Los periodistas españoles y el franquismo (Concha Langa Nuño)
- 077 A memória como fonte para a história do jornalismo: um estudo sobre os jornalistas na Revolução de Abril (Júlia Leitão de Barros & Pedro Marques Gomes)

História da imprensa

- 089 *Duas Pátrias: Revista Documentário Luso-Brasileira [1954-1958]: um panegírico à ordem estabelecida* (Jorge Pedro Sousa & Monica Martinez)
- 121 As especificidades da imprensa no Brasil oitocentista: um estudo de caso sobre os primeiros anos da atividade editorial na Província do Espírito Santo (1849 -1860) (Karulliny Silverol Siqueira)
- 137 A imprensa do concelho de Almada após o 25 de abril de 1974: 50 anos de periodismo local (João Paulo Limão)

Discurso jornalístico na História

- 161 Miedo, movilización y propaganda. El impacto mediático y la recepción en la diáspora de Estados Unidos de las primeras elecciones democráticas en Portugal (Alberto Pena-Rodríguez)
- 177 Entre trauma e autobiografia: o relato jornalístico de Otto Maria Carpeaux sobre o colapso da Áustria na década de 1930 (Mauro Souza Ventura)
- 199 Dina Boluarte en su peor hora: escándalo, género y estrategias defensivas en el escándalo de los relojes Rolex (Pablo Ariel Cabás & Juan José Flores)

História da fotografia e do fotojornalismo

- 257 Cobertura fotojornalística das visitas de Estado de D. Manuel II a Espanha, Inglaterra e França (1909) na revista *Ilustração Portuguesa* (Jorge Pedro Sousa & Celiana Azevedo)
- 291 Alinhar o manequim ditatorial. Uma proposta de análise a partir da propaganda visual do franquismo e seus sítios memoriais (Noemi Díaz Rodríguez)

Da História do passado à História do presente mediático e jornalístico

- 325 A existência da IA na atuação do jornalismo esportivo (Andréia Magalhães de Oliveira)
- 339 A presença da IA na comunicação sob a perspectiva do olhar de estudantes de Publicidade e de Tecnologia da Informação e o mercado de trabalho (Andréia Magalhães de Oliveira, Nivaldo Pereira de Moraes Júnior, Manuela Magalhães Macedo Melo & Thaynara Mábile Marques Ribeiro)
- 355 O entretenimento como dispositivo histórico: dos jornalismo ao tecnoentretenimento (Maurício da Silva Duarte)
- 389 Podcast como proposta de ampliação para o Radiojornalismo (Rosângela Stringari & Luiz Eduardo Alcântara de Paula Souza)
- 405 Serviço Público de Media em transição: Missão, valores e desafios em tempos de novas plataformas (Isabel Correia & Aline Veroneze)

Prólogo

Esta obra é uma das concretizações materiais do projeto exploratório MemNews – *História oral e memória(s) das práticas e hábitos de consumo e receção noticiosa e da experiência das notícias em Portugal a partir dos testemunhos dos cidadãos – a parte que falta para uma história do jornalismo em Portugal* (<https://memnews.fundacaofernandopessoa.pt/>). Tem por detrás um pressuposto: a produção de conhecimento histórico sobre as memórias que as pessoas guardam das notícias e dos meios jornalísticos tem de se abrir a contributos diversos que a enriqueçam contextualmente e concorram para o seu desenvolvimento.

Assim, aqui o leitor encontrará os resultados de pesquisas diferenciadas – algumas mesmo diferenciadoras – que contribuem para aclarar a história do jornalismo e da comunicação em Portugal e noutros países, designadamente do espaço ibero-americano. Embora o jornalismo seja uma das formas estruturadas e organizadas sistemicamente de comunicação em sociedade, inserindo-se no multifacetado espaço da comunicação, permitimo-nos destacá-lo com menção própria ao usarmos a expressão “comunicação e jornalismo”, dado que o projeto MemNews incide sobre as memórias que portugueses e portuguesas guardam das notícias e dos meios jornalísticos.

As pesquisas no campo da história da comunicação e do jornalismo aclaram a evolução dos *media* e das mensagens e das práticas comunicativas e ajudam a compreender o impacto que estes tiveram (e têm) no desenvolvimento da sociedade e da cultura, seja numa perspetiva sincrónica, que se debruce sobre factos históricos num determinado momento do tempo, seja numa perspetiva diacrónica, que aborde fenómenos históricos de média e longa duração e concorra para a *periodização* histórica. A comunicação e o jornalismo, este desde a Modernidade, são fatores que têm de ser colocados em evidência para se compreenderem as transformações sociais e culturais ao longo do tempo e no momento presente.

O conhecimento histórico da comunicação e do jornalismo permite, na verdade, entender o *porquê* e o *como* de múltiplas práticas comunicativas do passado e do presente, dos meios de comunicação que surgiram, foram usados e, alguns, abandonados, e das mensagens que foram emitidas, trocadas e recebidas. Examinar os padrões históricos das práticas comunicativas, das mensagens e dos *media* permite-nos identificar temas e estruturas comunicacionais recorrentes, observar como os meios de comunicação que foram sendo introduzidos como respostas a necessidades sociais impactaram no desenvolvimento das sociedades e da cultura, perceber as mudanças culturais que mensagens e meios de comunicação provocaram. Permite-nos compreender como as formas de comunicação organizadas em sociedade, como o jornalismo, se estruturaram como *instituições sociais*. Faculta-nos apreender como determinadas práticas comunicacionais se desenvolveram como *tradições*. Possibilita-nos perceber os esforços de regulação normativa e, especificamente, legal das práticas comunicativas e das instituições comunicacionais. Sobretudo, estudar e pesquisar sobre história da comunicação e do

jornalismo permite-nos vislumbrar e apontar tendências futuras, apoiados nos factos históricos conhecidos.

Estudar a história da comunicação e do jornalismo é, na verdade, uma maneira de promover um olhar compreensivo, eventualmente até crítico, sobre o papel de meios de comunicação, de mensagens e de práticas comunicativas na sociedade e na cultura, nomeadamente sobre o seu papel *transformador*, o seu papel na *mudança sociocultural*, no passado, mas também no presente. Conhecer as práticas comunicativas, os meios e as mensagens *do* passado, ou *no* passado, também pode ajudar-nos a sermos mais eficazes e eficientes na comunicação no presente, tanto quanto nos pode e deve alertar para os riscos da comunicação manipuladora, propagandística e desinformativa e para a necessidade de preservar uma dimensão *ética* nas práticas comunicativas do presente.

Conhecer o passado da comunicação e, especificamente, do jornalismo, permite-nos, afinal, avaliar, com discernimento, o seu presente e sermos observadores ou mesmo participantes informados no desenvolvimento das práticas comunicativas, das instituições de comunicação, das leis e demais normativos que as regulam ou *devem* regular. Contribui para ajuizarmos, criticamente, as mensagens que recebemos, enviamos e trocamos, permitindo-nos distinguir os seus enquadramentos e os enviesamentos interpretativos que sugerem; concorre para compreendermos as dinâmicas de poder que nelas se possam imiscuir; faculta-nos entender os processos de geração de sentido que lhes são imanentes e avaliar o impacto que as mesmas possam ter nos recetores e na sociedade e na cultura.

Conhecer o passado da comunicação e do jornalismo é, assim, um *dever* para todos os comunicólogos e também é *útil*, já que pode contribuir para os profissionais da comunicação aprimorarem competências e habilidades valiosas, sustentadas por conhecimentos históricos que desvelem todo um mundo de possibilidades comunicativas no presente.

Deixo, por tudo isto, um convite à leitura atenta e crítica desta obra.

Jorge Pedro Sousa

***História oral e memória
nos estudos de comunicação
e do jornalismo***

Uma investigação exploratória sobre memórias do uso e receção de notícias e dos meios jornalísticos – testemunhos orais de dois académicos portugueses com 77 anos

Jorge Pedro Sousa

Universidade Fernando Pessoa • ICNOVA – Instituto de Comunicação da NOVA

jpsousa@ufp.edu.pt

Resumo: Uma história do jornalismo deve considerar os usos dos meios jornalísticos e das notícias e as práticas, hábitos e experiências de receção noticiosa dos indivíduos ao longo do tempo, não se restringindo à esfera da produção jornalística. Neste contexto, esta investigação aprofunda a compreensão da história do jornalismo em Portugal, adotando uma perspectiva centrada na receção noticiosa e nos usos dos meios jornalísticos. Inspirada na história oral, parte da premissa de que as memórias individuais constituem fontes históricas, pelo que procura recuperar, registar e comparar, valorizando-as, as memórias que dois académicos de 77 anos (no momento da realização das entrevistas, entre fevereiro e março de 2025), residentes no Porto, um deles natural da cidade e o outro de Ponte de Lima, têm das notícias e dos meios jornalísticos que usaram ao longo do tempo. Acompanhou-se a sua relação com as notícias e os meios de comunicação ao longo das quase oito décadas da sua vida, desde o Estado Novo, caracterizado pelo autoritarismo e pela censura e propaganda e pelo uso de meios impressos, rádio e televisão, até à atualidade, caracterizada, após o período de transição para a democracia de 1974/1975, pela vivência num Estado Democrático de Direito e, depois dos anos Noventa, pelo digital. A metodologia, qualitativa e exploratória, baseou-se na realização de entrevistas semiestruturadas, que foram gravadas em vídeo e disponibilizadas publicamente e, depois, textualizadas, depuradas e comparadas, permitindo a construção de uma narrativa temporalmente ordenada das experiências dos participantes. Reconhecendo a falibilidade e complexidade da memória, o estudo procurou contextualizar e contrastar os testemunhos com a evolução histórica e mediática do país. A análise revela que, na infância, juventude e início da idade adulta dos entrevistados, a imprensa diária do Porto, com destaque para *O Primeiro de Janeiro*, e a rádio nacional, com destaque para a Emissora Nacional, foram os principais veículos de notícias, apesar do condicionamento no acesso aos meios jornalísticos que enfrentou um dos entrevistados, estudante num seminário. Observou-se, igualmente, que o consumo noticioso e o uso dos meios jornalísticos pelos entrevistados foram influenciados na infância, nos dois casos, pelos respetivos pais, que decidiam os jornais que entravam na casa familiar. Ambos os entrevistados relatam experiências precoces de participação no fabrico de jornais no contexto escolar. Essa experiência contribuiu, conforme reconhecem, para incrementar a sua literacia jornalística. Um dos entrevistados, inclusivamente, tornou-se colaborador regular da imprensa. Os entrevistados, no entanto, revelaram padrões de consumo noticioso diferenciado enquanto jovens adultos: um tornou-se um leitor compulsivo de jornais, comprando-os ou lendo-os nos cafés e preferindo, como jornal de eleição *O Primeiro de Janeiro*; o outro manteve-se um leitor menos fiel da imprensa, lendo os jornais em cafés, mas comprando, ocasionalmente, vespertinos lisboetas, como o *Diário Popular*. A chegada da televisão (1957) alterou os padrões de consumo informativo de um dos entrevistados, mas o outro, que tinha rumado a Angola, onde a televisão não tinha sido ainda implantada, continuou a informar-se, principalmente, pela imprensa, no caso pela imprensa angolana, mas também pela imprensa estrangeira, hábito que ainda mantém. Secundariamente, informava-se pela rádio, principalmente por emissoras angolanas, o que lhe permitia acompanhar com mais conhecimento de causa o conflito colonial que se desenvolvia em Angola. Durante esse tempo, até ao final do Estado Novo, os entrevistados desenvolveram consciência da censura e da propaganda, mas um mais do que o outro, pelo que não se constatou um padrão evidente de consciencialização sobre o enviesamento informativo provocado pela censura entre os dois. Um dos entrevistados, tendo beneficiado de uma bolsa em Londres, habituou-se, também, a ler a imprensa estrangeira, o que ainda hoje faz, elegendo o *Guardian* como um dos seus jornais de eleição. O 25 de Abril de 1974 é unanimemente lembrado como um momento de transformação, com a rádio a desempenhar um papel crucial na difusão da notícia sobre o acontecimento e os jornais da metrópole a acompanharem a Revolução com edições múltiplas. No entanto, só no dia seguinte, a 26 de Abril, a notícia se espalhou em Angola, onde residia um dos entrevistados, que regressou a Portugal no meio de um ambiente de caos. No período pós-revolucionário, os entrevistados relatam que tomaram consciência de que estavam perante um jornalismo “de facção”, que

refletia as tensões ideológicas do Processo Revolucionário em Curso (PREC). Eventos como o “caso República”, o “caso Renascença” ou o retorno dos portugueses das ex-colónias (“Retornados”), que um dos entrevistados vivenciou em pessoa, ficaram gravados nas suas memórias, muitas vezes moldadas pelas imagens da televisão. O *Expresso* é citado por ambos como um meio confiável nesses tempos agitados do período pré e pós-revolucionário. Os entrevistados adaptaram-se, a partir do novo milénio, à transição digital, tornando-se utilizadores da Web, em computador ou em *tablets* e *smartphones*, consumindo notícias de fontes jornalísticas nacionais e estrangeiras, um de forma mais generalista, outro de forma mais orientada para as suas necessidades profissionais. Um deles consome, também, notícias e informações profissionais na imprensa científica e técnica. Ambos perderam o hábito de lerem jornais e revistas em papel, exceto em ocasiões pontuais. Não acedem, regularmente, a redes sociais, com exceção do WhatsApp, e têm, ademais, consciência da proliferação de desinformação pelas redes sociais e das potencialidades e perigos do recurso à Inteligência Artificial Generativa neste domínio. A televisão mantém-se como uma fonte regular de informação jornalística, com um dos entrevistados a admitir que vagueia bastante pelos canais especializados em notícias e o outro a afirmar uma fidelidade relativa à RTP como meio informativo. A sua confiança no jornalismo português e nos jornalistas nacionais pode ser caracterizada, na eloquente expressão de um deles, que foi afetado pessoalmente por uma notícia do *Expresso* e outra de *O Diabo*, como “*dúvida metódica*”. As conclusões do estudo sublinham a persistência de alguns dos hábitos de consumo mediático enraizados no passado e a perda de outros, como a leitura de jornais e revistas em papel. Confirmam, ainda, a integração sucessiva dos novos meios informativos nos hábitos de receção de notícias e a adaptação às transformações tecnológicas. As limitações do estudo residem na sua natureza exploratória e na amostra não representativa, o que é, no entanto, comum na história oral, que não tem preocupações de representatividade estatística, valorizando, ao invés, cada testemunho memorial de cada pessoa singular. Aliás, ambos os entrevistados são académicos doutorados, de carreira consolidada e exercícios de cargos de responsabilidade, com trajetórias de vida que se poderiam considerar cosmopolitas – o que se revela, inclusivamente, na sua grande apetência pela leitura, agora quase exclusivamente *online*, de meios jornalísticos estrangeiros. No entanto, a pesquisa abre caminhos para futuras investigações, como sejam: estudos com maior diversidade demográfica e geográfica, mesmo que centrados em académicos; análises sobre a influência dos comentários em família e grupos na interpretação das notícias e comparações entre o impacto das notícias verbais e das notícias visuais na formação da memória, podendo os dados orais serem complementados com outras fontes históricas.

Palavras-chave: História oral; receção de notícias; académicos; Portugal; Porto; idade 77 anos.

Introdução

Uma história do jornalismo deve considerar as práticas, hábitos e experiências de receção noticiosa dos indivíduos ao longo do tempo, não se restringindo à esfera da produção jornalística, dos meios jornalísticos e dos jornalistas, pois as audiências são uma força relevante no seio do sistema jornalístico (Picone, 2017; Meijer, 2019). No entanto, em Portugal, a geração de conhecimento sobre a história do jornalismo no país tem-se limitado à origem e evolução dos meios jornalísticos e aos protagonistas deste processo histórico (Sousa, 2021, 2020, 2022; Cabrera, Lima, eds., 2022; Cardoso, Azevedo, Sousa, eds, 2022; Ribeiro, Reis, eds., 2022; Lopes, Cardoso, Mata, Duarte, Coutinho, Godinho, orgs., 2022; Baptista, Camponez, orgs., 2022), mesmo quando os estudos referem, indiretamente, o desenvolvimento dos públicos e audiências dos meios jornalísticos (Sousa, 2021; 2022).

A presente pesquisa tem, assim, por justificativa introduzir na produção historiográfica do jornalismo português uma perspetiva que considere não apenas a evolução da esfera

da produção das mensagens jornalísticas, mas também o desenvolvimento da receção noticiosa¹. Tem, por outro lado, por objetivo geral construir uma narrativa histórica, temporalmente ordenada, sobre formas de receção de notícias e usos dos meios jornalísticos em Portugal, articulada em torno das memórias de indivíduos seniores residentes no país, considerados como fontes orais capazes de fornecer informações com valor histórico.

Em concreto, esta investigação, realizada no âmbito do projeto MemNews² e inspirada na história oral, procura recuperar, registar e valorizar memórias que dois académicos portugueses, residentes no Porto, com 77 anos de idade no momento das entrevistas (janeiro a março de 2025), têm das notícias e dos meios jornalísticos ao longo do tempo das suas vidas, considerando que pode existir uma multiplicidade de práticas e de contextos de receção e de formas de apropriação dos *media* (Carvalho, 2014b), e caracterizar e comparar os seus padrões de receção noticiosa e recurso aos meios jornalísticos no passado e na atualidade, tendo por pano de fundo a história do jornalismo e dos meios de comunicação. As entrevistas gravaram-se em vídeo³ e cada vídeo foi publicado no YouTube, em canal próprio do projeto⁴, sendo, posteriormente, textualizadas, depuradas, analisadas e comparadas. Os entrevistados tiveram acesso aos textos das entrevistas usados para este estudo, que validaram e, pontualmente, alteraram.

Estado da questão e marco teórico

Ainda que diversas abordagens teórico-metodológicas possam contribuir para o estudo de públicos e audiências (Mihelj, Bourdon, 2015), a caracterização do recurso aos meios jornalísticos e da receção noticiosa dos indivíduos ao longo do tempo pode passar pela sua auscultação sobre as suas memórias, considerando, como pano de fundo, as suas histórias de vida e a evolução dos contextos de receção e ainda o impacto, por vezes duradouro, da mediatização dos acontecimentos (Couldry, Hepp, 2018). Ora, uma das maneiras de aceder às memórias “históricas” dos indivíduos alicerça-se na história oral, campo específico da história social e cultural.

A história oral visa, como outras práticas historiográficas, reconstituir e compreender o passado, sendo a sua especificidade partir de fontes orais (Correia, 1978; Thompson, 1978; Henige, 1982; Joutard, 1983, 2015; Dunaway, Baum, orgs., 1984; Vansina, 1985; Frisch, 1990;

¹ Por informação noticiosa, ou notícia, entender-se-á, neste trabalho, grosso modo, a informação nova disponibilizada pelos meios jornalísticos e, de forma geral, as novas mensagens difundidas pelos meios jornalísticos, mesmo que não providenciem nova informação aos recetores.

² Ver: <https://memnews.fundacaofernandopessoa.pt/>

³ Com exceção de uma entrevista, pois a entrevistada apenas acedeu à gravação da mesma em áudio.

⁴ Ver: <https://www.youtube.com/@ProjetoMemNews>

Tokin, 1992; Ritchie, 1995; Meihy, 1996; Candau, 1998; Caldas, 1999; Thomson, 2011 Meihy, Holanda, 2015) – algo que não é novo, pois os primeiros historiadores, como Tucídides, também o fizeram.

A história oral parte das histórias de vida e das biografias de cada pessoa. Centra-se nas memórias que cada indivíduo é capaz de presentificar e verbalizar. Não tendo preocupações de representatividade amostral, visa valorizar as história de vida e as memórias que cada pessoa guarda e das quais é capaz de dar testemunho verbal (Correia, 1978; Thompson, 1978; Henige, 1982; Joutard, 1983, 2015; Dunaway, Baum, orgs., 1984; Vansina, 1985; Frisch, 1990; Tokin, 1992; Ritchie, 1995; Meihy, 1996; Candau, 1998; Caldas, 1999; Thomson, 2011 Meihy, Holanda, 2015). A história oral parte, portanto, do princípio de que as memórias podem ser conscientemente verbalizadas e de que as ações memorizadas podem ser explicadas, princípio que vai, aliás, ao encontro da perspectiva teórica dos usos e gratificações no estudo dos efeitos comunicativos (Katz, Blumler e Gurevitch, 1985).

A história oral sugere, portanto, que a vida de cada pessoa é significativa, pelo que aprecia as memórias e biografias individuais. Na história oral, os depoimentos testemunhais e memorialísticos dos indivíduos, enquanto atores sociais, são reconhecidos e valorizados como fontes históricas (Correia, 1978; Thompson, 1978; Henige, 1982; Joutard, 1983, 2015; Dunaway, Baum, orgs., 1984; Vansina, 1985; Frisch, 1990; Tokin, 1992; Ritchie, 1995; Meihy, 1996; Candau, 1998; Caldas, 1999; Thomson, 2011; Meihy, Holanda, 2015). É uma forma de, na história, tornar presentes os esquecidos e ignorados (Ricoeur, 2000) ou, conforme sublinha Thompson (2008, p. 26), uma maneira de “devolver um lugar central às pessoas que fizeram e viveram a história através das suas próprias palavras”. Carvalheiro (2014a, p. 11) assinala que se trata de “uma epistemologia valorizadora dos próprios sujeitos, das suas experiências, reflexividades e discursos enquanto vertentes indispensáveis à produção de conhecimento”.

Vários autores destacam as potencialidades da história oral nos estudos de jornalismo (Brennen, 1996; Ribeiro, 2015; Martinez, 2016; Barbosa, 2016, 2019; Tejada, 2018). Outros realçam as pontes entre o jornalismo e a história oral (Rouchou, 2003; José, 2003; Feldstein, 2004; Maia, 2006; Santos, 2009; Moreira, 2010; Zion, Dodd, Ricketson, 2020). Outros ainda sublinham que os protagonistas de ambas as atividades podem aprender uns com os outros (Faulkenbury, 2020). A história oral forneceu, igualmente, a matriz teórica e metodológica a estudos sobre as memórias de acontecimentos noticiados no passado (Rice, 2000; Hoyt, Palattella, eds., 2007). Esses estudos relevam, efetivamente, as potencialidades da história oral para relembrar o esquecido e dar voz aos que raramente são ouvidos (Barbosa, 2020).

Fora de Portugal, a história oral inspirou estudos biográficos e histórias de vida de jornalistas (Giacopuzzi, 2007), investigações sobre a atuação de jornalistas em determinados con-

textos e períodos (MacKinnon, Friesen, 1987; Abreu, 1998, 2003, 2012), pesquisas sobre memórias de jornalistas (Mancera, 2019; Kneipp, 2021) e mesmo estudos de caso (Frazão, 2016; Anderson, 2017; Abib, Ventura, 2019). Em Portugal, pode ser citada, nesse âmbito, a investigação sobre os jornalistas dos anos Sessenta conduzida por Correia e Baptista (2007, 2010), a pesquisa de Isabel Ventura (2012) sobre as primeiras mulheres repórteres portuguesas, a investigação de Fátima Lopes Cardoso (2022) sobre a evolução do fotojornalismo e da fotografia documental portuguesa, pela visão dos fotógrafos e fotojornalistas, e o projeto “À frente da Revolução: os jornalistas na transição para a democracia em Portugal (1974-1976)”⁵, que destaca a construção do perfil do jornalista português no pós-25 de Abril (Figueira, Gomes, 2021). Realce, ainda, para o Arquivo de Memória Oral de Profissões de Comunicação⁶, projeto de história oral que visa recuperar, registrar e publicitar as memórias dos profissionais da comunicação, numa perspetiva histórica. Todas essas investigações são, todavia, centradas nos produtores e difusores profissionais de mensagens, não tocando na esfera das memórias dos recetores sobre as suas experiências de receção de notícias, usos dos meios jornalísticos e gratificações que destes obtiveram. Desenvolveram-se, no entanto, investigações sobre as experiências de receção mediática das operárias da Covilhã no tempo do Estado Novo (Carvalho, org, 2013; Carvalho, org., 2014; Carvalho, 2014d; Carvalho, Tomás, 2014; Carvalho, Tomás, Portovedo, 2014; Carvalho, Silveirinha, 2018), que têm a história oral como matriz, mas registam, principalmente, os usos dos meios de comunicação para fins de entretenimento e interação social. Não se centram nas memórias sobre obtenção de informação e, em concreto, sobre as notícias e o recurso aos meios jornalísticos, como a presente investigação.

A historiografia da receção jornalística pelo viés da história oral parte, pois, das memórias que os sujeitos verbalizam e tem por pano de fundo as suas histórias de vida, as escolhas que se lembram de ter feito, as experiências que são capazes de relembrar, os usos que se recordam de ter dado às notícias e aos meios jornalísticos e as gratificações que dizem que deles obtiveram (Bourdon, 2003, 2011; Reifová, 2009; 2015; Bardan, 2017; Ramírez, 2020; Kaluža, Prodnik, 2022). Embora comungue intenções com outros estudos de públicos e audiências, como os de Butsch, (2000) e os de Biltereyst, Lotze, Meers (2012) e, ainda, com os estudos coletados por Butsch e Livingstone (2013), fazer uma história oral da receção jornalística implica tentar observar como as mensagens jornalísticas e os *media*, num contexto evolutivo, impactaram no quotidiano dos indivíduos ao longo do tempo, considerando as memórias que estes guardam e verbalizam e as informações que, sobre estas memórias, são capazes de dar.

⁵ Ver: <https://www.escs.ipl.pt/investigacao/a-frente-da-revolucao-os-jornalistas-na-transicao-para-a-democracia-em-portugal-1974-1976>

⁶ Ver: <http://amopc.org/>

Lidar com a memória dos indivíduos é, no entanto, complexo. Embora as práticas historiográficas pressuponham que o historiador fabrique sempre versões da história, mesmo que alicerçadas num trabalho informado de reelaboração e interpretação do passado, na história oral esta característica da prática historiográfica é mais relevante, pois apela a memórias verbalizadas e filtradas pelas subjetividades dos sujeitos-fontes, mesmo quando os seus resultados são matizados por outras fontes, como os documentos escritos. Ora, por um lado, apelar às memórias dos sujeitos implica cobrar-lhes uma reinterpretação de práticas e circunstâncias do passado, temperada pelas suas histórias de vida e pelo tempo decorrido desde essas experiências; por outro lado, as memórias, ao envolverem o processamento cognitivo de informações sensoriais e outros estímulos, são enviesadas pelo contexto em que se formaram, nomeadamente pelas influências sociais e culturais e pelas características individuais, podendo comprometer a confiabilidade dos testemunhos e, no limite, serem falsas, não tendo correspondência com a realidade (Radstone, 2008; Fiorelli, Mangini, 2024). Aliás, conforme relembram Fiorelli e Mangini (2024), a formação de novas memórias é influenciada pelas experiências passadas, que condicionam a interpretação de novas informações; pelas expectativas em relação ao que um indivíduo espera ver, ouvir ou sentir; e pelo contexto ambiental e situacional, que molda a percepção.

Metodologia

A metodologia desta pesquisa é inspirada na história oral, pelo que o seu desenho é exploratório e qualitativo. Tem por base as recomendações e conceitos de Meihy (1996) e de Meihy e Holanda (2015) sobre a investigação em história oral. A pesquisa focalizou-se em dois académicos de 77 anos (no momento da recolha de testemunhos) residentes na cidade do Porto, doutorados, ambos pessoas que exercem cargos de responsabilidade e que tiveram vidas pontuadas por períodos de residência no estrangeiro. A coleta de dados alicerçou-se na realização de entrevistas presenciais com guião semiestruturado, gravadas e divulgadas em vídeo⁷, em fevereiro e março de 2025. As entrevistas foram realizadas por um dos pesquisadores do projeto MemNews, igualmente um académico residente na região do Porto.

Os entrevistados nesta pesquisa, nascidos em 1948, fazem parte da Geração dos Baby Boomers (nascidos entre 1946 e 1964). Pertencem ao que, sociologicamente, se pode classificar como *classe média alta*. Desempenharam profissões do setor terciário, sendo um deles médico e professor universitário e o outro empresário, empreendedor e, também, professor universitário. Ambos são doutorados no campo das Humanidades e Ciências Sociais (um em Literatura e o outro em Antropologia), o que se ponderou na interpretação dos resultados.

⁷ <https://www.youtube.com/@ProjetoMemNews/videos>

Nasceram após a Segunda Guerra Mundial, numa época que foi marcada pelo aumento da natalidade, pela melhoria das condições de vida e, em Portugal, a partir de 1960, pela constituição de grandes conglomerados económicos e financeiros e pela instalação de empresas multinacionais, que modernizaram o mercado de trabalho e fizeram crescer a economia, apesar de o país ter assistido a um fenómeno emigratório relevante, não apenas para outros países, mas também para as antigas colónias (Ramos, coord., Sousa, Monteiro, 2009). Um dos entrevistados, por exemplo, viveu em Angola e na África do Sul. Entrevistados e entrevistadas vivenciaram a infância nos anos Cinquenta e a juventude e início da idade adulta nos anos Sessenta. Viveram, por isso, as transformações socioculturais do pós-guerra, mas também experienciaram o regime autoritário do Estado Novo, o condicionamento e repressão da Oposição ao regime (1926-1974) e a Guerra Colonial (1961-1974). Um dos entrevistados viveu, inclusivamente, a Guerra Colonial e o drama dos “Retornados” das ex-colónias a Portugal. Frequentaram escolas orientadas para formar indivíduos inseridos na ordem política vigente, um deles um seminário onde o acesso à informação era significativamente controlado. Os meios de comunicação a que tiveram acesso – imprensa, rádio e, a partir de 1957⁸, televisão – eram censurados pelo regime, via Direção dos Serviços de Censura, posteriormente designada Exame Prévio. A partir de 25 de abril de 1974, usufruíram, em liberdade, da Democracia representativa, apesar das tensões políticas de 1974-1975 e do Processo Revolucionário em Curso. Acederam, a partir de então, a meios jornalísticos libertos da censura. Vivenciaram o processo de integração europeia. Viram chegar a Internet domiciliária e a World Wide Web, a partir dos anos 1990. Assistiram à migração dos meios jornalísticos portugueses para a Web, a partir de 1995, e à massificação dos *smartphones*, a partir, sobretudo, de 2007, ano em que a Apple lançou o seu iPhone.

Quadro 1. Entrevistados e entrevistadas.

Idade	Género	Local de nascimento	Residência atual	Outros lugares de residência	Profissão	Escolaridade
77	Masculino	Ponte de Lima	Porto	Angola, África do Sul	Professor universitário, empresário e empreendedor	Doutoramento (Literatura)
77	Masculino	Porto	Porto	Reino Unido, Açores, Estados Unidos da América	Médico e professor universitário	Doutoramento (Antropologia)

Fez-se uma aproximação prévia a cada entrevistado antes da realização da entrevista, por meio de uma conversa informal. Durante a conversa prévia, além de se tomar contacto com a biografia do entrevistado, foram explicitados os objetivos da investigação,

⁸ Não se consideraram as emissões experimentais da Feira Popular de Lisboa, em 1956, e no Palácio de Cristal, no Porto, em 1955 (estas em circuito fechado), mas somente as emissões regulares, iniciadas a 7 de março de 1957.

foi apresentado o guião da entrevista e foi solicitado o preenchimento e assinatura das declarações de consentimento informado e de cedência de dados, cujo teor foi explicado. Os direitos dos entrevistados foram sublinhados, de acordo com as recomendações do Código Europeu para a Integridade da Pesquisa⁹, destacando-se a explicação do direito à imagem, devido à gravação e disponibilização pública dos vídeos das entrevistas. Os entrevistados validaram, posteriormente, as entrevistas na forma como foram publicitadas, e reviram, corrigiram e alteraram, pontualmente, os textos das entrevistas usados nesta investigação, que também validaram e autorizaram.

Ao invés de se proceder à realização de entrevistas orientadas por tópicos, mais comuns em história oral, por razões de eficácia optou-se pela adoção de um guião semiestruturado pré-estabelecido (em uso no projeto MemNews), ainda que o entrevistador tenha tido liberdade para colocar outras questões pertinentes no contexto de cada entrevista. As entrevistas foram gravadas em vídeo e disponibilizadas no canal do projeto na rede social YouTube¹⁰.

Pediram-se a cada entrevistado ou entrevistada os elementos de identificação (nome, idade, profissão, habilitações literárias) e que relembresse a sua história de vida, considerando elementos cronológicos comuns (a infância e juventude, a saída da casa paterna, a entrada no mundo do trabalho, o casamento...) e os lugares onde viveu, introduzindo-se, de seguida ou concomitantemente, as questões relativas à receção noticiosa e uso dos meios jornalísticos ao longo do tempo, colocadas de acordo com uma cronologia que respeitou quer os sucessivos regimes políticos (Estado Novo vs. Democracia), quer a introdução sucessiva de novos meios e plataformas de comunicação (imprensa, rádio, televisão, Internet e World Wide Web), quer ainda os acontecimentos com mais repercussão a nível nacional e internacional ao longo da história das últimas oito décadas. No entanto, os entrevistados nem sempre respeitaram a ordem cronológica, antecipando, postergando ou conectando informações sobre diferentes épocas nas suas respostas, o que foi considerado na fase de textualização e depuração das entrevistas, no sentido de impor – por intervenção do investigador-autor – ordenação diacrónica e inteligibilidade ao discurso tendencialmente desorganizado dos entrevistados, mas sempre considerando e respeitando a integridade da forma e do conteúdo das suas respostas a cada questão.

As entrevistas foram planificadas, ainda, de maneira a permitir entender eventuais vínculos entre o contexto histórico-temporal e mediático e as mudanças que os indivíduos entrevistados experienciaram ao longo das suas vidas.

⁹ <https://allea.org/code-of-conduct/>

¹⁰ <https://www.youtube.com/@ProjetoMemNews>

Embora na história oral cada testemunho memorial valha por si, em absoluto, nesta pesquisa depuraram-se as respostas dos entrevistados e entrevistadas, para realçar os excertos mais significativos destas respostas, dar-lhes coerência diacrônica e narrativa e permitir o seu entrelaçamento e comparações, o que é uma opção válida (Meihy, 1996).

Assim, seguindo, mais uma vez, Meihy (1996), numa primeira fase, as entrevistas foram transcritas integralmente em bruto, incluindo-se perguntas e respostas, repetições, erros, palavras irrelevantes e interjeições e as perguntas formuladas pelo entrevistador ou entrevistadoras; numa segunda fase, foi realizada a textualização e depuração das entrevistas, com a retirada das perguntas dos entrevistadores e entrevistadoras, repetições e interjeições. Também se procurou ordenar, cronologicamente, os elementos do discurso dos entrevistados e das entrevistadas, de acordo com os objetivos da investigação, mantendo, no entanto, a fidelidade à forma e conteúdo das respostas, às marcas da oralidade, às hesitações e aos elementos de contexto biográfico de cada entrevistado, que funcionaram como agentes detonantes da evocação de memórias. Usaram-se excertos das entrevistas tão longos quanto possível para realçar o discurso oral de entrevistados e entrevistadas com fidelidade à forma e conteúdo e para que a “voz” dos entrevistados e entrevistadas fosse claramente distinguida da interpretação do pesquisador e da voz do entrevistador. Finalmente, foi realizada uma análise das entrevistas, de feição qualitativa, assente na coleta de segmentos discursivos significativos a partir das transcrições depuradas das entrevistas, considerando a cronologia adotada e as memórias verbalizadas pelos entrevistados e pelas entrevistadas.

Considerou-se, na análise, a advertência de Carvalheiro (2014b, p. 33):

Os modos de utilizar os *media* são ações subjetivas e sociais, e nessa medida possuem sentidos mais ou menos partilhados. Mas uma questão que esta abordagem suscita, para uma pesquisa de história oral, é o modo como as práticas devem ser abordadas enquanto significantes, em si, para os próprios atores. Se a sua descrição retrospectiva as torna significantes para o investigador nos contextos históricos que lhe são conhecidos e com o apoio de outras fontes, a própria significação atribuída pelos atores sociais às suas ações do passado pode ser mais ou menos explícita, refletida e consciente, e é sempre mediada pelo presente e pela memória (...).

Seguindo, ainda, Carvalheiro (2014c), ponderou-se que fazer uma história das práticas de receção noticiosa e de usos dos meios jornalísticos recorrendo, predominantemente, a fontes orais, deve considerar várias premissas, como sejam:

1. A receção deve ser encarada enquanto conjunto de práticas específicas de determinado tempo e espaço;

2. O enquadramento sociocultural e político-mediático das práticas de receção em cada momento e em cada espaço deve ser ponderado – por exemplo, o sistema jornalístico e mediático ao tempo do regime autoritário do Estado Novo, verticalizado e capturado pelo Estado, é diferente do sistema jornalístico e mediático em democracia;
3. As memórias dos sujeitos entrevistados podem ser contrastadas com outras fontes, designadamente com documentos de cada época;
4. Deve considerar-se que testemunhos orais registados no presente sobre práticas de receção jornalística do passado podem não refletir os modos como as audiências então encaravam os meios jornalísticos e as notícias.

Secundando Kneipp (2021, p. 40), esta pesquisa não buscou atingir uma verdade absoluta sobre o que se passou, mas sim expor a experiência de cada entrevistado e entrevistada com as notícias e os meios jornalísticos ao longo do tempo, valorizando cada testemunho memorial *per si* e em articulação com o outro, conforme as memórias que entrevistados e entrevistadas foram capazes de evocar e verbalizar, mediadas pela ação do entrevistador, considerando sempre que estas memórias foram reinterpretadas pelos sujeitos entrevistados em função da sua história de vida e do contexto da própria entrevista e que delas resultou a presente versão do que se passou, que já resulta do labor historiográfico e é moldada pela perspetiva e atuação do próprio pesquisador que interveio neste processo.

Os dados foram explanados e interpretados diacronicamente, tendo por base a construção de uma narrativa histórica que fosse consistentemente estruturada em torno das etapas biográficas da vida de entrevistados e entrevistadas: infância e juventude; adultos jovens; adultos maturos (considerou-se após 1980, ano em que os entrevistados e entrevistadas celebraram 32 anos); adultos seniores (o tempo após o novo milénio, que coincidiu com a vulgarização do digital).

Memórias

Infância e juventude

Entrevistadas nesta pesquisa viveram a sua infância e juventude, grosso modo, nas décadas de Cinquenta e Sessenta, num tempo em que a imprensa e a rádio eram os principais meios de difusão de notícias em Portugal, aos quais se juntou a televisão, em 1957. Politicamente, o contexto era o do Estado Novo.

O primeiro dos entrevistados, nascido numa aldeia do concelho de Ponte de Lima, recorda uma infância vivida no interior do país, numa família dominada pelo pai, ferreiro, que, por ser “contra o padre” da paróquia, estava desalinhado com o regime, apoiou Humberto

Delgado nas eleições presidenciais de 1958 e procurava informar-se com a leitura regular do diário português *O Primeiro de Janeiro*, então tido como um jornal independente e de qualidade. Também se depreende que, se o jornal local de Ponte de Lima, o *Cardeal Saraiva*, chegava à casa familiar, então seria, provavelmente, por decisão do pai. A mãe do entrevistado, a quem este ensinou a ler quando ela tinha 48 anos, era analfabeta, mas, depois de aprender a ler, lia o *Cardeal Saraiva*.

Portanto, embora vivesse no meio rural do interior de Portugal, o entrevistado, que para prosseguir estudos foi para um seminário, em Braga, quando completou 10 anos, teve acesso à imprensa na casa familiar desde a infância. A Emissora Nacional era, conforme recorda também o entrevistado, um veículo de notícias que, na sua casa paterna, complementava a imprensa no papel de difusora de notícias e outras informações. Há que realçar, no entanto, que não se comentavam as notícias, porque em sua casa imperava “a lei do silêncio”, imposta pelo pai.

As emissões regulares de televisão em Portugal iniciaram-se em 1957, ano em que o primeiro entrevistado cumpriu o 10.º aniversário e rumou ao seminário para prosseguir estudos. Recorda-se de ver televisão nos períodos de férias, assinalando programas como o TV Rural, apresentado por Sousa Veloso, os programas de etnografia e folclore apresentados pelo poeta Pedro Homem de Melo e o Noticiário e o Jornal de Atualidades, apresentados por António Gomes Ferreira, José Fialho Gouveia e Henrique Mendes.

Nasci na freguesia de Estorãos, concelho de Ponte de Lima, em 1948. O meu pai era ferreiro e a minha mãe era doméstica. Saí de casa aos 10 anos, em 1958, para ir para Braga iniciar os meus estudos de nível secundário, na medida em que, sendo natural de uma aldeia, de uma aldeia de gente pobre, naquela época, para quem fosse filho de gente pobre, a única porta que se abria para poder continuar os estudos, para além da escolaridade obrigatória da escola primária, seriam os seminários. E para isso, naturalmente, teríamos que ter sempre também o patrocínio do pároco da aldeia e eu fui patrocinado pelo então pároco da freguesia de Estorãos, José Augusto Alves, e assim fui para Braga, em 1958, para o seminário. Lembro-me que, na época, o meu pai se interessava muito pelas notícias, porque o meu pai sempre foi conhecido na aldeia como sendo um pouco do contra, portanto, não estava verdadeiramente integrado na ordem constitucional vigente... e era conhecido na aldeia pela alcunha Tico-Tico, porque, de facto, quem quisesse saber alguma coisa fora daquilo que era, enfim, propalado através da Emissora Nacional, que era, na época, a rádio que as pessoas mais ouviam, e o meu pai tinha rádio, naturalmente, porque contígua à forja tínhamos uma loja de comércio e taverna, ao mesmo tempo. Mas o meu pai também tinha *O Primeiro de Janeiro*, que arranjava, e portanto procurava depois também fazer algum catecismo na aldeia, eu não diria tanto por ser fora do regime mas sobretudo por ser contra o padre e como o padre estava

perfeitamente integrado na ordem constitucional vigente e ele não gostava do padre, procurava, de alguma maneira, exprimir a sua contrariedade relativamente ao padre, enfim, catequizando um conjunto de pessoas que iam à missa, que ouviam o padre na igreja a dizer certas coisas que o meu pai procurava depois desmontar... Mas a minha mãe não tinha nada com isso, porque a minha mãe era analfabeta, como aliás muitas mães daquele tempo. Quem lhe ensinou a ler e a escrever fui eu, quando tinha 12 anos e ela tinha 48, portanto já aprendeu a ler tardiamente, e para ela, confessou várias vezes, a melhor coisa que lhe aconteceu na vida foi eu ter sido capaz de a ensinar a ler, porque o grande problema da minha mãe era, quando eu escrevia cartas para casa, ela não saber ler as cartas e portanto era o meu pai que as lia, e lhe comentava depois ah! diz isto, diz aquilo, mas o que ela gostava era de poder ler a carta e não conseguia fazê-lo. Depois, conseguiu fazer isso e mais, conseguiu ler o *Cardeal Saraiva* quando via o jornal lá por casa. O *Cardeal Saraiva* era o jornal de Ponte Lima. O meu pai costumava comentar as notícias com um grupo de pessoas, mas nós, em casa, não tínhamos grandes hipóteses de comentar, porque, naquele tempo, estamos no tempo daquilo que se podia chamar o do pai tirano, por isso, em casa, a linguagem mais corrente era a linguagem do silêncio. Mas lembro-me da campanha de Humberto Delgado... Eu era pequeno, mas conheci alguns dos materiais da campanha do general, porque o meu pai tinha-os em casa, escondidos. A televisão aparece, em 1957, no ano anterior àquele em que eu fui para o seminário, mas nós ainda não tínhamos televisor em casa. Havia alguns programas que a televisão tinha nesse tempo que eu gostava de ver, enquanto vivi aqui em Portugal, porque, depois, quando fui para África, para Angola, deixei de ver televisão, que lá não existia. Por exemplo, gostava de ver o programa *TV Rural* apresentado pelo engenheiro Sousa Veloso; gostava muito do poeta Pedro Homem de Melo, que tinha um programa sobre etnografia e folclore. Via também, de vez em quando, sobretudo quando estava de férias do Seminário, o *Noticiário* e o *Jornal de Atualidades* apresentados ou pelo António Gomes Ferreira ou pelo José Fialho Gouveia ou pelo Henrique Mendes.

O segundo entrevistado, ao invés, nasceu no centro do Porto, numa família em que pai e mãe eram enfermeiros e em que o pai tinha atividade sindical, tendo mesmo fundado o boletim *Ecos da Enfermagem*, do Sindicato dos Enfermeiros, ao qual teve acesso cedo, em casa, tal como ao *Norte Desportivo*, já que o seu pai era massagista do Boavista e se interessava por desporto – tema que motivava comentários às notícias desportivas na casa paterna, apesar de, externamente, a família, sob a pressão do regime autoritário do Estado Novo, privilegiasse o silêncio. Salienta que os jornais generalistas eram lidos, ocasionalmente, na sua casa familiar, com destaque para *O Comércio do Porto*, e lembra-se dos placares deste histórico e circunspecto diário portuense e do popular *Jornal de Notícias*, aos quais recorria, sobretudo, para acompanhar resultados de provas desportivas. Recorda, também, um tempo em que a rádio lhe embalava o sono, o que aponta

para a existência de pelo menos um rádio na sua casa que, para os pais, provavelmente serviria, para acesso a notícias e outras informações e não apenas como fonte de entretenimento. Curiosamente, teve, logo na infância, um primeiro contacto com o fabrico de um jornal – o jornal da sua escola primária. Já havia, portanto, nesse tempo, alguma consciência entre os educadores sobre a necessidade de promover a literacia mediática. Mas reconhece que não teve grande interesse pelas notícias até à pré-adolescência, apesar de se lembrar da campanha presidencial de Humberto Delgado, em 1958, e de manifestar consciência de que a censura tinha abafado o êxito de manifestações a favor do general, como a que ocorreu na Baixa do Porto.

Tenho 77 anos, o que significa que tenho o privilégio de ser jubilado há 7 anos, que é uma palavra fantástica... O meu pai e a minha mãe eram enfermeiros que se formaram no Hospital de Santo António e daí que eu tenha nascido na Rua do Rosário, em casa, como na época se verificava, e que todo o meu, digamos, a minha aldeia, é aquele espaço entre a Rua de Cedofeita e a Rua do Rosário [no Porto]. Andei na Escola 71, onde hoje está a igreja [nova] de Cedofeita. É o meu espaço. Sou um homem do Porto, com alguns intervalos fora do Porto, mas, fundamentalmente, um homem do Porto. E depois devo dizer que todo o meu ambiente familiar era muito ligado à saúde. O meu pai ia diariamente, com exceção dos fins-de-semana, à Afurada, onde assegurava os cuidados de saúde à população, voluntariamente, e eu ia com ele. E aí eu pude aperceber-me do que é que era a realidade dessa comunidade. A minha mãe fazia muitos domicílios neste espaço que eu referi, Rua do Rosário, Rua do Breiner, Rua Miguel Bombarda. Eu praticamente conhecia as casas todas onde a minha mãe prestava esse cuidado, no regime independente. O meu pai também trabalhou sempre no regime independente e foi durante muitos anos massagista do Boavista e, acrescentando ainda, dirigente sindical na época do corporativismo, criando um espaço autónomo para a enfermagem do Norte. Ele foi o primeiro presidente da comissão instaladora e, depois, da direção do Sindicato dos Enfermeiros do Norte de Portugal, daí que eu tenha tido essa oportunidade fantástica que foi viver no meio da comunidade médica, da comunidade de enfermagem, e tudo isso foram mais-valias que se repercutem até hoje no que eu sou, no que eu faço, no que eu penso, e aqui fica esta homenagem.

A recordação primeira que eu tenho é da rádio, de ser a minha companhia para adormecer. Mesmo como bebé, a rádio tinha que estar a tocar baixinho, senão eu não adormecia e reclamava e murmurava umas sílabas, o que fazia com que alguém ficasse a tomar conta de mim à noite, porque o meu pai ou a minha mãe tinham que sair e sabiam que se não me ligassem o rádio, eu não adormecia. Lembro-me de algumas músicas clássicas que passavam com frequência.

O meu percurso escolar inicia-se na escola primária, quatro anos. E inclusivamente, dentro do que é o tema da nossa conversa, a escola 71 publicava um jornal. E este jornal tem aspectos muito interessantes. Eu só tenho uma página.

Não consigo encontrar o resto, No jornal alguns de nós faziam redações sobre características pessoais de colegas. Há uma descrição da própria solidariedade dentro da escola para com um colega mais necessitado e o passeio da escola, etc. Portanto é o meu primeiro jornal, chamemos assim, a minha primeira consciência do que é um jornal, que é, inclusivamente, contribuir para escrever esse mesmo jornal. O meu pai fundou o jornal *Ecos da Enfermagem* e lembro-me, também, de o meu pai, como estava ligado ao Boavista, como enfermeiro massagista, tinha relações muito especiais com um jornal que era o *Norte Desportivo* e portanto eu tinha muitas vezes uma cópia do jornal. E como eu ia com o meu pai assistir aos jogos, assistir aos treinos, etc., o *Norte Desportivo* talvez tenha sido o primeiro jornal de que eu pude comentar as notícias, mas as de desporto, e por vezes algum generalista, como *O Comércio do Porto*. Não se esqueça de que estamos a falar dos anos Quarenta, Cinquenta, Sessenta e do “está quieto!”, “não te metas em nada!”, “vê lá o que é que nos arranjas!”, e portanto era uma área em que muitas vezes não havia qualquer abordagem, embora o meu pai fosse muitas vezes aos ministérios para tratar de assuntos diretamente ligados com a profissão da enfermagem, nomeadamente a questão do casamento das enfermeiras, que era proibido, que era outra das barbaridades do Estado Novo, e as telefonistas estavam também no mesmo rol, o que é absolutamente aberrante nos dias de hoje. Desse tempo, lembro-me dos jornais todos que havia no Porto e lembro-me dos jornais de parede na frente do jornal *O Comércio do Porto* e do *Jornal de Notícias*. O grande objetivo era saber os resultados do futebol e do hóquei em patins e saber os resultados da volta a Portugal ou da volta à França. Até se esperava com alguma ansiedade e via-se quem é que tinha colocado a a notícia primeiro. Entre as notícias que me deixaram alguma impressão... Não vou dizer a rainha de Inglaterra, quando ela veio ao Porto, em 1957... Estávamos todos com as bandeirinhas... Lembro-me da campanha do Humberto Delgado, em 1958... Eu morava na Rua de Cedofeita, quase junto à Praça Carlos Alberto, e o que eu me lembro é do ruído da praça completamente cheia, que vi depois por fotografias o que era aquele ruído a vir por ali adiante até onde ficava o Bazar dos TrêsVinténs, e aquele ruído era uma força, mas pelos meios de comunicação depois não se soube de nada... Mas depois lembro-me de ir com o meu pai para a fila votar. Estávamos todos, respeitosamente, a esperar a nossa vez para podermos votar. Lembro-me dessas eleições de 58 muito bem. Mas isso são recordações muito muito da infância. Com 11/12 anos, não ia à procura de notícias.

Como pré-adolescentes e adolescentes, a vida dos entrevistados mudou. O primeiro entrevistado, de Ponte de Lima, estudava no Seminário, em Braga, um lugar onde as notícias dificilmente penetravam, exceto quando os próprios padres levavam e comentavam jornais – caso do *Diário do Minho*, jornal de inspiração cristã, comentado por um sacerdote, professor de português, do qual era articulista. Mas aos 12 anos, o entrevistado saiu da casa paterna, porque não quis ceder ao capricho do pai, que o queria ver ordenado sa-

cerdote católico, e rumou a Viana do Castelo. Foi acolhido no Colégio do Minho, contra a prestação de algum trabalho. Continuou a estudar, no liceu da cidade, e começou, para ganhar algum dinheiro de bolso, a dar explicações de latim. Em Viana do Castelo, teve a oportunidade de colaborar com o jornal quinzenário local *Notícias de Viana*, por convite do seu diretor, a troco de bilhetes para o cinema (para fazer crítica cinematográfica), reconhecendo que esta experiência o motivou a tornar-se leitor frequente de jornais e seu colaborador assíduo. Comprava e lia regularmente, por exemplo, *O Primeiro de Janeiro*, entre outros jornais, como o histórico jornal vianense *Aurora do Lima*, que encontrava nos cafés e noutros lugares. Comentava as notícias no café, em especial no café Sport, um café vianense conotado com os círculos intelectuais e da oposição ao regime em Viana do Castelo. Recorda-se, também, dos jornais cinematográficos a que assistia com regularidade quando ia ao cinema para escrever sobre os filmes exibidos no cinema Palácio.

A minha adolescência foi passada em Braga, foi passada no Seminário, vinha só nas férias à aldeia e quando vinha nas férias à aldeia, vinha para trabalhar, ou seja, para ajudar naquilo que era necessário. No Seminário não tínhamos acesso aos jornais, à exceção de, uma vez por outra, vermos o jornal *Diário do Minho* nas mãos do Padre Júlio Vaz, nosso professor de Português, que nele era articulista e que o lia, por vezes, antes de começar a aula e depois de escancarar a janela mais próxima da secretária dele, fosse inverno ou verão. Não havia nenhum tipo de informação no Seminário, nem rádio, nem televisão, nem jornais, nada, nada, nada, era o silêncio. O Seminário tinha uma vida que era interessante, por um lado, sobretudo para quem vinha da aldeia e, por outro lado, muito frustrante. Algumas derrotas na política do Império, recordo-me, designadamente, do que foi a tragédia, em termos noticiosos, embora profundamente controlada, da tomada de Goa pela Índia, em 1961, ano em que se iniciou também a Guerra Colonial... São momentos que nos ficam, porque procurava-se, de todo o jeito, que não chegasse ao grande público a realidade da própria notícia. A notícia era disfarçada como se fosse um acontecimento que o regime tinha controlado, como foi o caso do assalto ao Santa Maria, como foi o caso do assassinato do Humberto Delgado, de quem, repito, o meu pai era um adepto. Bem, a maior parte dos seminaristas eram da aldeia, como eu. Alguns não eram filhos de gente pobre, como eu era. Alguns tinham pais abastados. E havia muitas moças também dessas aldeias que, para continuarem os estudos secundários, só o podiam fazer na capital de distrito mais próxima, nesse caso, Braga, que atraía gente ali de Famalicão, Guimarães, Vila das Aves, enfim, toda essa área, de maneira que muitas das moças que vinham estudar para o colégio Coração de Maria eram moças que conheciam os seminaristas da aldeia e alguns até namoricavam. Às quintas-feiras havia o dia de visitas lá no Seminário da Tamanca e as moças que eram amigas dos seminaristas procuravam dizer que eram irmãs, que eram da família, para poderem estar na sala de visitas com os respetivos amigos e alguns namoraditos. Eu, como rarissimamente tinha visitas, porque era de

longe, ninguém me ia visitar, depois que o meu irmão mais velho emigrou para França, para escapar à Guerra Colonial. Passava os períodos respetivos das visitas no terreiro do Seminário, com colegas que também não tinham visitas, a jogar o veto. O que é que eu fazia, entretanto, para alguns dos os meus companheiros mais habituados às visitas? Eles sabiam que eu tinha algum jeito para escrever, pediam-me para eu escrever bilhetes para eles depois trocarem com as amigas e namoradas, compreende? Aquilo que se podia chamar cartas de amor, se quiser. E eu cobrava-lhes, na época, 25 tostões por cada dita carta de amor que lhes escrevia. Ainda ganhei uns tostões à conta disso até ao dia em que resolvi abandonar os estudos do Seminário. Mas eu não queria, de maneira nenhuma, voltar e ficar na aldeia, não queria que a minha vida passasse pela forja do meu pai e portanto ficasse a ser simplesmente mais um operário. Daí que, numa bela madrugada, pego numa malinha que tinha trazido do Seminário, meti algumas peças de roupa interior na malinha e resolvi saltar pela janela do quarto, que já não partilhava com o meu irmão ido para França, e pus-me a caminho para Viana. Uma manhãzinha de fevereiro. Chovia que Deus a dava. Mas fui. Andei a pé mais de uns cinco quilómetros para chegar à paragem do autocarro, ou da carreira, que ligava, na época, Ponte de Lima a Viana do Castelo, para ir para Viana do Castelo e arranjar acomodação. Onde? No Colégio do Minho, uma escola, então, da Arquidiocese de Braga. Fui acolhido pelo diretor do colégio, que era o Padre José Augusto Pedreira, que eu conhecia de nome do Seminário, sendo ele ainda aluno de Teologia, e após lhe contar a minha história, decidi dar-me cama, mesa e roupa lavada contra o trabalho que eu prestaria no colégio, que era de ser prefeito, acompanhar os salões de estudo com os alunos e tomar conta dos internos, à noite, no dormitório. Tinha autorização para frequentar as aulas do 3.º ciclo no Liceu de Viana do Castelo e, no tempo livre, para usar uma sala para dar explicações de latim. Eu procurei ir ganhando algum dinheiro, através das explicações de latim, que eram procuradas, sobretudo, por professores primários que queriam fazer o sétimo ano dos liceus. Naquela época, ganhava 11 escudos por cada hora de explicações. Para terem uma ideia do que é que representavam os 11 escudos em 1964-65, eles davam-me para eu almoçar no Café Sport, em Viana do Castelo. Habitualmente, comia um prego no prato com ovo a cavalo, bebia um copo de cerveja, tomava um café e comprava *O Primeiro de Janeiro*, que eu lia sempre no Café Oriente, que era o café que, em Viana, era considerado o café da oposição, digamos assim, e ainda me sobravam três tostões, no final. Nesse tempo, era de alguma maneira também comum termos algumas tertúlias nos cafés e, portanto, nos cafés juntávamo-nos um pouco para fazer comentários sobre as poucas notícias que mereciam algum comentário. O primeiro fato, digamos, civil, que eu consegui comprar, foi também com o dinheiro das explicações de latim, numa casa de pronto-a-vestir que tinha aberto em Viana do Castelo, na Avenida dos Combatentes, chamada Casa Saratoga. Paguei 300 escudos pelo fato. Tinha, por isso, uns 16 anos quando me comecei a interessar

pelas notícias e a procurar saber um bocadinho mais, para além daquilo que era a realidade visível do chamado sistema constitucional vigente. E foram essas explicações também que me fizeram, de alguma maneira, amear dinheiro suficiente para, quando chegou o momento, e chegou o momento com alguma rapidez, eu pagar a minha viagem para ir para a África, para me afastar um pouco mais da pressão que existia, apesar de tudo, da parte do meu pai, que continuava, de alguma maneira, a não deglutir a afronta que eu lhe fizera por não ter cumprido, digamos assim, a ordem que ele me deu de não sair do Seminário antes de ser ordenado padre. Portanto, comecei a trabalhar muito cedo em Viana do Castelo, como prefeito do colégio. Quando era estudante do liceu, um padre que, na época, era o responsável da Casa dos Rapazes, o Padre Alberto Pinto Faria, que me apoiou nos contatos difíceis com o meu pai, pediu-me para o ajudar a fazer o jornal de que ele era diretor, que era publicado de 15 em 15 dias, chamado *Notícias de Viana*. Portanto, o meu primeiro contato direto com o jornalismo é esse. É o que eu tinha como uma espécie de redator de jornal e ao mesmo tempo de editor do jornal, que era impresso nas oficinas gráficas da Casa dos Rapazes, e que, mais tarde, veio a ser o jornal da Diocese de Viana do Castelo. Eu tive, portanto, uma experiência muito interessante na área do jornalismo, porque, como lhe digo, fui muito cedo introduzido no meio da produção do próprio jornal, que é uma coisa que eu acho que é muito interessante, para motivar depois o próprio consumo das notícias. Essa participação no jornal *Notícias de Viana* que benefícios me trazia? Fundamentalmente, ter acesso a bilhetes de cinema, para ir ao cinema Palácio. Tinha direito a ir para a plateia do cinema Palácio, de graça, para depois fazer um pequeno comentário no jornal sobre os filmes que passavam no cinema Palácio e, portanto, vi muito cinema nessa época, sobretudo filmes de cowboys, que eram aquilo que era mais vulgar no tempo e que passava pelas províncias. Antes de começar propriamente o filme, havia uma espécie de magazine sobre algumas notícias e atualidades possíveis de passarem no tempo constitucional vigente, que era o que se conhecia na época. E portanto essa primeira experiência com a comunicação social acontece, justamente, com o *Notícias de Viana*, sendo que em Viana do Castelo o jornal *Notícias de Viana* era, a seguir ao *Aurora do Lima*, que também lia, o jornal mais qualificado que tínhamos na cidade.

O segundo entrevistado, que entretanto se mudou para outra região da cidade do Porto, o Amial, onde, enquanto jovem envolvido nas atividades da Igreja Católica, continuou a colaborar com jornais juvenis. Reconhece, no entanto, que o seu consumo de notícias foi afetado pelo ingresso na Faculdade de Medicina, que lhe consumia muito tempo. Confessa que, nesse tempo, gostava de ver os cinejornais no cinema, por lhe trazerem, de uma forma condensada, as principais notícias.

Mudei para o Amial. Na época eu participava nas atividades da Igreja Católica e contribuía para o jornal dos jovens e outras iniciativas desse género. Depois fiz o liceu todo no D. Manuel II [atualmente, Escola Secundária Rodrigues de Freitas], nunca querendo ser, nunca podendo ser nem sabendo ser brilhante, porque isso é um perigo, e entrei na Faculdade de Medicina [da Universidade do Porto], onde acabei o curso em [19]72, com algumas peripécias de percurso, que é, com 17 anos, entrar num ambiente completamente estranho para o qual nós não somos minimamente preparados. Mas isso é outra questão. Não tinha muito tempo para as notícias. Sair às 7:30 de casa... A nossa Faculdade de Medicina tinha características muito próprias. Nós tínhamos um núcleo duro, muito duro, sempre atento aos rapazes, para eles não se desviarem, e às meninas ainda mais e, portanto, o que se passava, de comentário das notícias, era relativamente, digamos, no convívio de pessoas próximas. Eu devo dizer que sempre fui um bocado corredor fora da pista e, portanto, sempre estive em outros caminhos. Reconheço que faz falta até na própria formação e desenvolvimento profissional. Mas o meu percurso era Bairro do Amial – Faculdade, a pé, São João – Bairro do Amial, toca a estudar anatomia, artérias, músculos, e não dava para para muito mais, não dava para muito mais. A vida da faculdade não era muito compatível com a hora das notícias. Mas havia um programa que era sagrado para mim, que era ao fim do dia, que passava, salvo erro, no Rádio Clube Português, o programa Em Órbita, que tinha sempre música moderna. A música esteve sempre ligada à minha vida, ao ativismo, aos anos Setenta, da Guerra do Vietname, etc., através desse mesmo programa. Raramente tinha tempo para a televisão, até porque havia uma regra, que era “os meninos têm aqui de estudar” e o pouco tempo livre era escasso, e mesmo para ver as finais do da taça dos Campeões Europeus era preciso estar em bom dia. No cinema gostava de ver as notícias, o que vai no mundo ou qualquer coisa do género. Era interessante, porque nos dava em 5 ou 10 minutos um panorama da daquilo que se passava e do que era relevante. Mas é difícil dizer do que é que eu tinha consciência naquela época...

Pode dizer-se que a educação e o contacto precoce com o jornalismo, inclusivamente a literacia mediática adquirida pela participação no fabrico de jornais, mesmo quando infantis e juvenis, bem como os hábitos familiares de consumo noticioso e de uso dos meios jornalísticos influenciaram os hábitos de uso dos meios jornalísticos dos entrevistados na juventude e início da idade adulta, inclusivamente quando a falta de tempo os constrangia. Os cinejornais, principal meio de consumo audiovisual noticioso antes da difusão da televisão, foram importantes para ambos. Um deles recorda-se, ainda, dos placares informativos de dois diários portuenses, *O Comércio do Porto* e o *Jornal de Notícias*, que lhe permitiam, principalmente, acompanhar os resultados de algumas competições desportivas à medida que estas decorriam.

Adultos jovens

Os entrevistados experienciaram o final da juventude e o início da idade adulta nos finais da década de Sessenta e início da década de Setenta.

Um dos entrevistados foi para Angola, então uma colónia portuguesa, e viveu, ainda, três anos na África do Sul. Colaborou com a imprensa angolana, em especial com o semanário *O Planalto*, e com o jornal *O Século de Joanesburgo*, da comunidade portuguesa em Angola. Intensificou, por outra parte, o consumo de notícias da imprensa, inclusive da imprensa internacional, e mesmo da rádio, que lhe permitia ir acompanhando, por entre as malhas da censura, as notícias da Guerra Colonial. Destaca a qualidade da revista angolana *A Notícia*, que lia com regularidade.

Para a África fui, justamente, em 1965/66. Naturalmente, quando cheguei a África, o primeiro emprego que eu tive, e foi um pouco nesse sentido que também fui ajudado para ir para África, foi de professor num colégio, o Colégio dos Padres do Espírito Santo, na antiga cidade de Nova Lisboa, hoje, Huambo. A minha experiência em África foi, fundamentalmente, experiência de ensino. Enquanto eu vivi em Angola, fundamentalmente, o que nós tínhamos acesso era aos jornais de lá, como *A Província de Angola*, que era um jornal feito em Luanda que tinha uma dimensão nacional dentro de Angola, e também o *ABC* e *O Comércio*. Depois eram jornais locais, como o caso de *O Planalto*, de Nova Lisboa, e havia outros jornais na Huíla, enfim, mas as notícias que nós no fundo comentávamos na época eram, fundamentalmente, notícias da frente da Guerra Colonial, pois os jornais estavam sobretudo sempre muito atentos a essas questões de movimentações nas frentes de combate na zona norte, na zona leste, etc., portanto, nós aí procurávamos, a partir dessas notícias que a censura deixava passar, refletir um pouco também sobre a realidade da Guerra Colonial. Aquilo que aparecia nos jornais nós sabíamos perfeitamente que estava filtrado, eram notícias, eu diria, do quotidiano, mas de um quotidiano praticamente, enfim, suave. Fui nesse tempo colunista e ao mesmo tempo colaborador muito assíduo de *O Planalto* de Nova Lisboa. Rádio também costumava ouvir. E na época, para além dos relatos de futebol, havia alguns folhetins radiofónicos que eram muito famosos, como *Simplesmente Maria* e outros folhetins radiofónicos que tinham o papel que têm hoje as telenovelas na televisão. Também havia notícias na rádio, mas a rádio não era grande divulgadora de notícias. Era mais a imprensa. Conheci, em Nova Lisboa, gente que ainda hoje está atuando. Por exemplo, Ribeiro Cristóvão, que está ainda a atuar no comentário desportivo. Ribeiro Cristóvão era um colaborador da Rádio Clube do Huambo, sendo, na época, profissionalmente, um comercial da empresa cervejeira Cuca. Era uma pessoa muito amável, muito simpático. Portanto, as pessoas que eram membros do Rádio Clube do Huambo, conhecia-as muito bem, e dentro do jornalismo conheci Rocha Peixoto,

que era, informalmente, o chefe de redação do jornal *O Planalto*. Como era um colunista frequente do jornal *O Planalto*, que era um semanário, tive alguns momentos em que fui chamado à Pide/DGS, para explicar algumas crónicas que eu escrevia e que tenho ainda que publicar um dia destes, porque trouxe-as todas comigo. O meu problema é o tempo. Dizia que tive algumas crónicas que me causaram alguns engulhos, porque já fazia algumas apreciações críticas que, muitas vezes, ainda que passassem na censura, não eram bem aceites pelas autoridades do regime. Não havia televisão, só rádio, jornais e revistas. Eu era, na época, um leitor, um leitor, digamos, irreprimível, de jornais, e na época era através dos jornais que nós, fundamentalmente, nos informávamos. Eu lia muito a imprensa e sobretudo também muita imprensa internacional. Ainda leio muita imprensa internacional. Uma das revistas que eu lia em Angola, praticamente desde que ela começou a existir e até ao seu fim, era a revista *A Notícia*, de um grande jornalista luandense da época, chamado João Charulla de Azevedo. Era uma revista fantástica, a revista *A Notícia*. Foi a que me marcou mais, porque era, de facto, uma síntese daquilo que era verdadeiramente importante de tratar, quer dos problemas estruturais com que Portugal, na altura, estava confrontado, relativamente ao regime colonial, quer das notícias do dia, porque os articulistas da revista *Notícia* eram, de facto, muito bons, muito equilibrados, e bebiam informações da imprensa internacional, sobretudo americana e brasileira, para poderem melhor sustentar os seus artigos. A imprensa brasileira, na época, era uma imprensa respeitada, e eu também lia bastante imprensa brasileira, sobretudo *O Estado de São Paulo*, até porque tinha lá amigos a trabalhar e que acabavam, muitas vezes, por me enviar, até dentro de cartas, alguns recortes do jornal, para eu poder ter algum conhecimento mais direto. A rádio era mais um meio para, sobretudo, escutar relatos de jogos de futebol, etc. Depois, em 1970, fui fazer uma estância de três anos na África do Sul. Quando estive na África do Sul, fui o redator principal de *O Século de Joanesburgo*, que era o jornal da comunidade [portuguesa na África do Sul]. *O Século de Joanesburgo* era um jornal publicado uma vez por semana que dependia da administração e da direção do jornal *Notícias* de Lourenço Marques e que se alimentava, fundamentalmente, do corte e cola de relatos de vários jornais daqui, da Metrópole, como então se dizia... A crónica da Vera Lagoa no *Diário Popular*, por exemplo, era permanente n' *O Século de Joanesburgo* naquela época. E depois era um pouco corta e cola dos relatos do futebol, dos resultados do futebol, etc. Quando me pediram para eu tomar conta de *O Século de Joanesburgo*, no sentido de ver se conseguíamos dinamizar um pouco mais o jornal, eu fiz exatamente o contrário do que estava a ser feito, eu tornei *O Século de Joanesburgo* num jornal local que se interessasse pela vida da comunidade portuguesa da África do Sul e por isso todos os fins de semana saía, muitas vezes com a minha mulher, para vários locais onde havia concentrações grandes da comunidade portuguesa, para entrevistar pessoas que eram importantes nesses locais e naturalmente o jornal deixou de ser semanário e passou

a trissemanário, porque procurei, fundamentalmente, cativar a atenção dos portugueses locais para o jornal, que trazia notícias locais de pessoas que estavam na África do Sul, da vida e da atividade, das quais o jornal passou a falar. E foi assim que o jornal se transformou em trissemanário. Organizei, através dele, o concurso Miss Comunidade Portuguesa da África do Sul. E como é que esse concurso funcionou? Funcionou da seguinte forma: não importava a beleza da *miss*, não era a beleza que se procurava, era a popularidade, de alguma maneira, da *miss*, e esta popularidade ganhava-se através de votos que eram recortados do jornal e que teriam que ser, depois, entregues ou mandados para a redação. Havia, por esta razão, famílias que compravam 20, 30, 40, 50 jornais só para cortar os cupões para fazer a votação na *miss*. Ganhou finalmente o concurso uma moça chamada Anabela Praça, que era filha do comandante Praça, um homem reformado da marinha mercante, que não se podia considerar ser uma beleza, mas que era extremamente simpática. E, quando foi da atribuição do prémio Miss Comunidade Portuguesa, eu organizei uma grande festa através do jornal num dos grandes hotéis da época de Joanesburgo, em que as mulheres deveriam ir com vestido de gala e os homens com *smoking*. Foi uma enorme satisfação que deu a toda a gente ver emigrantes portugueses, eletricitas, pedreiros, carpinteiros, domésticas, todos impecavelmente vestidos na grande festa, para a qual foi convidado o cônsul de Portugal em Joanesburgo, Pericão de Almeida de seu nome, e consegui também que o ministro dos Negócios Estrangeiros sul-africano, Hilgard Muller, aceitasse presidir à cerimónia, o que foi uma coisa verdadeiramente notável na época, porque a comunidade portuguesa vivia sobre si própria, não se misturava, não se dava a conhecer, de modo que foi uma festa que ficou na memória de toda a gente. Ainda hoje encontro, por vezes, gente que foi emigrada em Joanesburgo que me fala da festa da eleição da *miss* Comunidade Portuguesa do jornal *O Século de Joanesburgo*. Portanto, eu procurava o chamado fim utilitário da comunicação social, ou seja, colocar o jornal não só na perspetiva de um instrumento de informação para as pessoas mas também de criação de autoestima e ao mesmo tempo de revisão no próprio jornal daquilo que seria a coesão de uma comunidade que até aí não era conhecida nas suas particularidades. Os que viviam em Joanesburgo não sabiam o que se passava a 40 quilómetros em Vanderbijlpark ou a cento e tantos quilómetros de distância noutra qualquer região, de maneira que foi uma experiência muito gratificante o que fiz com *O Século de Joanesburgo*.

O segundo entrevistado manteve-se em Portugal, mas teve um período em que beneficiou de uma bolsa de estudo e residiu no Reino Unido, onde não comprava jornais por motivos económicos. Dessa época, lembra-se, principalmente, de algumas notícias marcantes, como as cheias na região de Lisboa, em 1967, catástrofe em que intervieram, solidariamente, os estudantes de Medicina, e da incredulidade das pessoas quando viram, na televisão, os primeiros passos de humanos na lua. Mas não refere órgãos de comunicação social es-

pecíficos, com exceção da Emissora Nacional. Conforme se depreende das suas palavras, usava também a televisão, no caso a RTP, para aceder a notícias. Portanto, socorria-se de um *mix* de meios jornalísticos para se informar, sendo de destacar a rádio e a televisão.

Lembro-me da chegada do homem à lua, na televisão, e das reações das pessoas, de descrédito, incrédulos, a acharem que montagem, que era *fake news* naquela época... Eventos desportivos... As duas vitórias do Benfica nos Campeões Europeus... Mas mais recentemente aquele minuto mágico do Éder em Paris ou o minuto mágico agora do andebol contra a Alemanha... Não é um minuto, é o segundo mágico... Gosto de ver isso. Acho que os desportos coletivos têm uma outra força, embora a Rosa Mota e o Carlos Lopes também tenham... Lembro-me da Guerra Colonial... Lembro-me daquela coisa, e eu vou usar a expressão que seguramente quem nos vir, posteriormente, vai achar, se calhar, inadequada, mas era aquele matraquear do “Angola é Nossa!” e que nós não percebíamos, nós mais pequenos não percebíamos o que é que queria dizer, mas o que é facto e era difícil conceber é que eram os jovens, os nossos primos, os nossos amigos, a desaparecerem e irem para para longe e deixarem de existir. E depois aquela coisa do “Angola é Nossa!” era perturbador, muito perturbador, como também era perturbador ver alguns dos que tinham regressado e estar no café, cair um copo ao chão, e atirarem-se a ras-tejar como se fosse uma granada ou qualquer outra coisa. E aí também ganhei a consciência do impacto da guerra através destes pequenos exemplos, do impacto sobre a saúde mental das situações de violência e que hoje podemos transpor para outras violências. E isso tudo veio formatando o que eu sou, o que quero, o que eu tenho vindo a ser, o que eu posso fazer... Lembro-me da Hora da Saudade, na Emissora Nacional, em que se ouvia a gravação de quem ia para lá e o que era a dor de alma de ver e as pessoas que estavam em situação de guerra afastados das suas famílias durante dois e três anos em circunstâncias muito, muito, muito cruéis... Recordo-me das cheias de 67, salvo erro, em Vila Franca de Xira. Recordo-me perfeitamente. Nem sei se terá sido uma das primeiras vezes em que eu terei visto televisão e de ver os carros a seguirem pelo caudal abaixo. Recordo-me da solidariedade dos próprios estudantes de Medicina. Foram dos primeiros a ir para para a zona apoiar e devo dizer que houve uma oportunidade em que eu tive a sorte de ir visitar uma exposição que estava em Vila Franca de Xira e ter tido muitos minutos de conversa com o fotojornalista Eduardo Gageiro, que nunca esquecerei. Foi absolutamente fantástico ouvi-lo explicar o que é que fez para tirar aquelas fotografias, que recomendo vivamente, para que as pessoas não se esqueçam que o Portugal de 67 era um Portugal pobre, pobre, pobre, e agora, se não é pobre para todos, é para alguns, porque continua a ser pobre para muitas pessoas...

Este segundo entrevistado não está seguro de ter tido a percepção da censura no tempo do Estado Novo, embora tenha ganho consciência da sua ação *a posteriori*. De qualquer

modo, a dimensão internacional da sua formação académica – estudou no Reino Unido e nos Estados Unidos – e o facto de ter aprendido francês abriram-lhe a porta ao consumo de jornais estrangeiros que considera como sendo “de qualidade”, dando o exemplo do *Guardian*.

Eu tenho a consciência de ver, agora, as publicações com o lápis azul em que tudo era cortado, mas, naquela época, não sei... Por exemplo, eu tenho a certeza que se fosse para um jornal no país a notícia que o meu pai publicou no *Ecos da Enfermagem* com a questão do casamento das enfermeiras, que não sei como é que passou, mas no jornal maior, diria, viria pintado de azul, iriam dizer que as enfermeiras têm que ter o celibato, etc. etc., enfim, seguramente que as cores seriam mais que muitas porque era um tema tabu, mas não confiava nos meios de comunicação, nem pensar, nem pensar, e mesmo agora também não confio, o que é uma preocupação, uma preocupação séria... Mas naquele tempo, não sei... Não tinha a percepção da censura... Eu tomava as notícias como elas chegavam, como verdades, porque também não havia nenhuma outra fonte. Nós não tínhamos as fontes alternativas que hoje em dia temos e que estão à distância de um clique. Pega-se no *Guardian* e vê-se jornalismo de qualidade. Pega-se em alguns jornais que ainda sobrevivem nos Estados Unidos, mas que já não são tão confiáveis, e vê-se jornalismo de qualidade. E há alguns franceses, felizmente. É também um privilégio da idade que eu tenho ter aprendido francês. Abençoado francês que me permite ler alguns dos jornais importantes... E quando andava no 3.º ano, salvo erro, da faculdade, inscrevi-me no British Council e tive o privilégio de receber uma bolsa. Candidatei-me, acabado de chegar, e tive uma bolsa de um mês em Londres, que me foi atribuída, no fundo, pela direção do British Council, da qual fazia parte a Mrs. Andrade, esposa do Professor Corino Andrade, com quem eu me vim a cruzar muitos anos depois, estas ironias que a vida que a vida tem. Portanto, tive um mês de aprendizagem de inglês em Londres. Mas não comprava jornais. Nem pensar. O dinheiro não chegava para nada, nem sequer para tomar um café, que é caríssimo...

Emerge dos testemunhos dos entrevistados a ideia de que o cosmopolitismo das suas vidas e a aprendizagem de línguas estrangeiras os tornou consumidores – por vezes também admiradores – da imprensa internacional, designadamente da inglesa, da americana e, num dos casos, da brasileira. Quanto à ação da censura, o testemunho dos dois entrevistados é díspar. Um afirma que tinha plena consciência do enviesamento da informação na imprensa portuguesa coeva. Era esse um dos motivos que o levava a consumir a imprensa estrangeira. O outro confessa que não tinha essa consciência nos tempos coevos e que só a adquiriu posteriormente. O entrevistado que viveu em Angola e, por três anos, na África do Sul, informava-se pela rádio e pela imprensa (não havia televisão em Angola nesse tempo); o entrevistado que permaneceu em Portugal, apesar de ter beneficiado de um curto período de residência de um mês em Londres, segundo se depreende das suas

palavras, informava-se, principalmente, pela televisão e pela rádio. O acesso a notícias na televisão contribuiu, portanto, para mudar os seus hábitos de receção noticiosa.

Adultos maturos: o 25 de Abril e a experiência da democracia

Após o 25 de Abril, os meios jornalísticos refletiram a luta ideológica sobre o rumo do país que a sociedade portuguesa vivenciava, no quadro de instabilidade política e da crise económica detonadas pela Revolução. A Guerra Colonial terminou com a independência das ex-colónias. Centenas de milhar de portugueses, muitos dos quais nunca tinham vivido em Portugal, retornaram ao país, incluindo um dos entrevistados e a sua família. Que memórias guardam os entrevistados dos seus usos e impressões dos meios jornalísticos nesse tempo, quando as notícias, perante uma mudança acelerada na sociedade portuguesa, poderiam servir para saciar as suas necessidades informativas, para reforço identitário e ideológico ou até para municiá-los com argumentos necessários à interação social?

O primeiro dos entrevistados, em Angola, apenas soube do golpe de Estado no dia 26 de abril de 1974, pela Emissora Nacional. Retornado de Angola, onde a sua vida, e a vida da sua família, correram perigo, classifica como “louca” a situação vivida em Portugal. Consciente do condicionamento político e ideológico dos meios jornalísticos portugueses nesse tempo, preferia, para aceder a notícias, o diário *O Primeiro de Janeiro* – hábito que, recorde-se, já vinha da sua infância e adolescência – e o semanário *Expresso*, que classifica como sendo, então, o jornal mais credível. Lia o *Janeiro* por, na sua opinião, ser um jornal sóbrio que, pertencente a um grande industrial, Manuel Pinto de Azevedo, mantinha a sua independência. Preferia o canal 2 da RTP, mas também via o canal 1, no qual não depositava muita confiança. Lembra-se da instabilidade nos meios jornalísticos e classifica como “absurdo” o caso do vespertino *República*, um jornal então controlado por personalidades do Partido Socialista, cuja publicação cessou depois de ser tomado de assalto por um grupo de trabalhadores – tipógrafos e jornalistas – alinhados com a extrema-esquerda.

No 25 de Abril de 1974, eu já estava, de novo, em Luanda. Começou-se a constar, através da Emissora Nacional, que tinha havido em Portugal um golpe de Estado, como se dizia, mas ninguém sabia de nada. Nós soubemos verdadeiramente do 25 de Abril no dia 26, porque, entretanto, o governador-geral de Angola foi demitido e foi substituído pelo secretário-geral do governo, que era o coronel Soares Carneiro, que veio, depois, a ser candidato à Presidência da República. Antes de retornar vivi situações dramáticas em Angola. As notícias não refletiam essa situação, esse dramatismo, não refletiam muito. Não havia tempo sequer para ler notícias nem sequer para estar à procura de notícias, porque era uma coisa tão rápida, tão atabalhoada, que a gente não tinha tempo para essas coisas. Estávamos centrados, sobretudo, na sobrevivência. Quando regresssei a Portugal, em janeiro de 1976, pra-

ticamente só lia um jornal diário, *O Primeiro de Janeiro*, além do jornal *O Expresso*. Lia o semanário *Expresso* porque era, de facto, o órgão mais credível na época, era mais equilibrado. Aqui em Portugal, obviamente, o jornal que me marcou mais foi *O Expresso*. *O Expresso* e *O Primeiro de Janeiro*. *O Primeiro de Janeiro* era um jornal de que eu gostava muito, porque era um jornal muito enxuto, não era um jornal ostentatório, refletindo a forma discreta de ser do homem que era o seu proprietário. Era um jornal que praticamente não tinha publicidade, não precisava, de alguma maneira, de ceder determinados espaços aos que gostam de parangonas e de sensacionalismo. *O Primeiro de Janeiro* fugia a isso. Os outros, entretanto, começaram a ser marcados por orientação ideológica e a gente sabia perfeitamente que, ao ler *O Diário de Notícias*, por exemplo, sabia que estava, naturalmente, a consumir informações nem sempre factuais e que eram, naturalmente, detalhadas à medida de uma redação muito politizada à esquerda, que estava perfeitamente identificada com o partido que estava por detrás. Rádios, televisão, na época a RTP 1, já não já me recorde muito bem, mas não era não era muito adepto do canal. E gostava mais da RTP 2, aliás como gosto até hoje. A vida política em Portugal era muito, para dizer uma palavra só, era muito louca naquela época. Houve, por exemplo, o caso do jornal *República*. Quando aconteceu já eu cá estava, portanto já pude acompanhar diretamente aqui o problema absurdo que lhe ditou o fim. A maior parte das redações desses órgãos de comunicação social foram, de alguma maneira, tomadas por gente que não tinha nada a ver com a comunicação social, aquilo que eu costumo chamar os *redateiros*, que queriam era dar recados e portanto assumiram controlo de redações para as utilizar em proveito dos partidos ou dos movimentos que serviam.

O segundo entrevistado testemunha que acompanhou os acontecimentos do 25 de Abril pela rádio. Nos dias que se seguiram à Revolução, confessa que as notícias iam ter com ele por intermédio de colegas e amigos, mas também recebia notícias pela rádio e pela televisão. Curiosamente, comprava, ocasionalmente, para se ir inteirando da evolução da situação, vespertinos lisboetas – o *Diário Popular*, o *Diário de Lisboa* e o *República*. Em maio de 1974, foi incorporado nas Forças Armadas como médico e revela que tinha pouco tempo para ler jornais, embora tenha acompanhado a situação de instabilidade vivida entre os militares *in loco*, dizendo mesmo que “era tudo misturado, a parte da componente profissional com a parte das notícias e do acontecimento em si”. Confiaria pouco nas notícias sobre a situação no país, já que também afirmou: “lia-se e esperava-se para se perceber o que é que se estava a passar”. Aliás, cultivava e cultivava o que considera ser uma “dúvida metódica” em relação às notícias. Lembra-se, desse tempo, da conflitualida-

de nos meios jornalísticos e lamenta casos como o da Rádio Renascença¹¹ e o do diário vespertino *República*¹².

No 25 de Abril... Eu lembro-me da minha mãe me vir chamar, “Zé, há uma revolução!” e eu vim ouvir as notícias na rádio. E não tenho a certeza do que é que se passou depois porque foi um turbilhão, se nesse dia fui ao hospital, se é por isso que eu tenho uma falta não justificada mais do que injustificada para todos os que valorizam este acontecimento. Mas depois aqueles dias foram dias de, digamos, de convivência. As notícias vinham ter connosco, por colegas, amigos... Pela televisão, pela rádio... Jornais havia os vespertinos e eu às vezes comprava o *Dário de Lisboa*, aqui no Porto, e o [*Diário*] *Popular*, e também o *República*, mas nos acontecimentos iniciais fomos acompanhado pela rádio. Logo a seguir acompanhei em direto porque nós entrámos, uma grande parte do meu curso entrou toda ao mesmo tempo em Mafra, em maio de 74, e portanto estávamos no centro dos acontecimentos. Tivemos a visita do Senhor Presidente Spínola, que foi lá animar as tropas com um discurso que, enfim, que era o que ele podia ter naquela época, e depois tivemos outras situações, nomeadamente quando já estávamos a fazer uma espécie de estágio no Hospital da Estrela, com acontecimentos que estavam associados com o 28 de Setembro etc. e tínhamos o privilégio de irmos almoçar, doutores médicos aspirantes, à Casa de Saúde Militar, e muitas vezes estava lá o Presidente Costa Gomes sentado e conversava connosco. E fiquei com a percepção de que era um homem bom, interessado. É algo que não esqueço. E portanto a seguir ao 25 de Abril acompanhava era em direto. Em Mafra o ambiente não dava possibilidades de ler jornais. Depois houve aqueles episódios da Renascença e do *República*. Lembro-me desses episódios e da conflitualidade que havia, e se formos a ver muita da conflitualidade terá sido controlada, chamemos assim, e nós hoje temos um ambiente, entre aspas, pacífico, mas em que muitos aspetos fundamentais da vida das pessoas não é devidamente tratado. É mais fácil tratar a corrupção da câmara A, B ou C ou do senhor A, B ou C, mas só de vez em quando lá vem uma notícia sobre o número incrível, inaceitável, de pobreza, de pobres em Portugal, nomeadamente em grupos vulneráveis, como são as crianças e como são os idosos. De qualquer modo, que se podia fazer? Lia-se e esperava-se para se perceber o que é que se estava a passar. Eu, por natureza, acho que é bom ter uma dúvida metódica, portanto não confiava em nenhum meio em particular. Não tinha confiança em nenhum... Uma coisa interessante... Dos retornados... A irmã

¹¹ A estação, em Lisboa, controlada por um grupo da extrema-esquerda, emitia à revelia do Patriarcado, proprietário da emissora, enquanto no Porto a rádio manteve as suas emissões alinhadas com a linha editorial definida pela Igreja Católica. Na prática, a rádio cindiu-se em duas durante alguns meses.

¹² O diário vespertino *República* encerrou depois de ser tomado de assalto por um grupo de trabalhadores – tipógrafos e jornalistas – alinhados com a extrema-esquerda.

mais velha do meu pai tinha uma propriedade importante em Angola e teve que voltar. Voltou com os meus primos. Instalaram-se na Madeira e portanto nós íamos sabendo por ela algumas das coisas que tinham passado, mas também sempre tudo muito reservado. Mas depois no Instituto Ricardo Jorge, já comigo no início das Biomédicas, fomos fazer uma série de estudos da área da saúde num alojamento que foi disponibilizado à população que regressou das colónias, que era o chamado Postigo do Sol, na Batalha, em que pedíamos às pessoas para disponibilizar sangue e fezes para podermos fazer estudos da área da parasitologia, etc. Portanto, era tudo misturado, a parte da componente profissional com a parte das notícias e do acontecimento em si.

Mais tarde, este segundo entrevistado foi colocado como médico militar do Serviço Médico à Periferia nos Açores, na ilha de Santa Maria. É interessante notar que as notícias demoravam a chegar à ilha. Recebia algumas, oralmente, pelo seu comandante.

Mais tarde, já médico, fui colocado, a seguir ao 25 de Abril, ao serviço da população na Ilha de Santa Maria, sozinho, com o único médico local, que tinha um sentimento de hostilidade total a tudo o que fosse militar, porque estávamos no pós-25 de Abril e na comunidade havia dois tipos de pessoas, as que me estimavam pela minha atividade profissional e pela minha maneira de ser e aqueles que não me estimavam tanto por facto de eu, de vez em quando, vestir uma farda, o que não deixa de ser também outro capítulo do processo de aprendizagem. Era, pois, um recente licenciado, sem visão de nada, nem de cá nem de lá, e e o facto de ter ido para a ilha de Santa Maria sozinho, como médico, enquanto os meus colegas, uns meses depois, iniciaram o Serviço Médico à Periferia, em grupo, e tinham sempre um colega com quem trocar ideias e opiniões em relação aos doentes que viam, eu, estando sozinho, tive que tomar decisões complexas, num ambiente que tinha dirigentes manifestamente hostis e, portanto, os meus amigos na ilha de Santa Maria eram as senhoras enfermeiras do programa de Saúde Materno-Infantil que me vieram buscar dizendo que me ajudavam e me ensinavam, o que é e uma honra, e os doentes, com quem eu tinha uma relação muito muito especial. Aos Açores não chegava muita coisa [jornais do Continente]. Na ilha de Santa Maria as notícias chegavam mais por voz. O comandante tinha informações que vinham de Lisboa e os marinheiros e outro pessoal cruzavam a informação connosco. Era mais, digamos, a informação verbal. Acontece que, durante esse período na ilha de Santa Maria, tive conhecimento que o professor Corino Andrade ia fazer um estudo sobre uma doença que ocorria, predominantemente, em habitantes dessa zona, mas que tinha sido inicialmente descrita na costa oeste dos Estados Unidos, e como eu vim ao Porto, o conselho que me deram foi para ir cumprimentar o Dr. Corino, e a minha vida mudou por completo. Mudou com o 25 de Abril, mas como profissional mudou no contacto com o professor Corino e com a experiência que vivi. Estive na ilha

das Flores a vê-lo a observar os doentes e a caracterizá-los do ponto de vista do diagnóstico, dando eu o contributo de elaborar as árvores geneológicas, e tendo ele com ele a colaborar a professora Paula Coutinho, de modo que foi mais uma outra experiência.

Regressado ao Porto, este segundo entrevistado fez a especialidade de Medicina Interna, revelando que tinha pouco tempo para ler jornais generalistas, nos quais só pegava ocasionalmente, em cafés. Tendo tido oportunidade de fazer estudos pós-graduados (mestrado e doutoramento) em Inglaterra e nos Estados Unidos, confessa que lia o *Expresso* e *A Bola*, que encontrava num café português, tal como a edição de domingo do *New York Times*. Manteve o hábito de ler o *Expresso* quando regressou a Portugal e confessa que um dia foi surpreendido com o viés com que o semanário *O Diabo* abordou a criação do Instituto de Ciências Biomédicas Abel Salazar.

Quando regressei ao Porto, já depois do professor Corino ter regressado, fui cumprimentá-lo onde era antigamente a Faculdade de Letras e anteriormente a Faculdade de Medicina do Porto, no edifício depois das Biomédicas. Fui cumprimentá-lo e ele disse-me uma coisa absolutamente fantástica, que foi convidar-me para trabalhar com ele, na nova escola de medicina, e disse-me “vá para casa e depois diga-me alguma coisa”. Nesse contexto disse que sim e entrei para a especialidade de Medicina Interna no hospital de Santo António, que fiz até ao fim. A máquina trituradora de ser interno numa especialidade como é a Medicina Interna faz com que esteja 24 horas em serviço e quando se tem o nosso dia de folga e no dia seguinte ter que continuar na enfermaria, o nosso dia de folga é para dormir e ver se se recupera alguma coisa. Por isso, não tenho a memória de pegar especificamente em jornais, pelo menos generalistas. Talvez às vezes em cafés, uma vez ou outra, mas não deliberadamente. Os cafés tinham aquela coisa com uma barra e por vezes lia. Pegava mais nos científicos. E fi-lo também com alguma regularidade para os jornais desportivos, que era outra forma de escape para o dia a dia do que era a vida na faculdade e, depois, no internato, no hospital. No fim da especialidade tive uma outra bolsa de estudo, mais uma vez com o o grande apoio do professor Corino Andrade e da professora Alísio Coelho, para ir fazer Epidemiologia para Londres e depois, mais tarde, para ir fazer mestrado de Saúde Comunitária, ou de Saúde Pública, na Universidade de Connecticut, e o doutoramento, em Antropologia, também na Universidade de Connecticut, de modo que tenho sido uma pessoa premiada com oportunidades que eu desejava que pudessem chegar a muitos outros. Nos Estados Unidos e em Inglaterra, jornais portugueses não era fácil. Nos Estados Unidos havia um café português que tinha o *Expresso* e ao fim de semana nós comprávamos o *Expresso*, que chegava ao domingo de manhã, mas era um *Expresso* de outra época, completamente diferente, anos Setenta, Oitenta. E *A Bola*. Também valia a pena comprar o *New York Times* ao domingo. Valia a pena

comprar porque trazia muita informação e uma revista, um suplemento, de alta qualidade. Mas para trazermos o jornal, era deste tamanho, porque trazia tudo o que era anúncios, separatas, bónus, cupões e mais não sei quantos, embora depois alguns conteúdos fossem muito relevantes e a secção, por exemplo, da cultura, era muito interessante, para além das notícias. Em três ou quatro páginas estão todas as notícias do mundo menos aquelas que nos interessam, nomeadamente as de Portugal, que, a menos que tivesse um cataclismo, é que apareceria no *New York Times*, que eles vivem no seu mundo central, nos Estados Unidos. E deixe-me dizer uma outra coisa... Por exemplo, na vida académica, eu recordo-me que na cafetaria do local onde estudei nos Estados Unidos havia sempre uma folhinha semanal com as *news*, a *newsletter* lá da Casa, e vinha desde casamentos e nascimentos e anúncios de atividades, algumas delas relevantes. Nós pegávamos na folhinha, íamos almoçar e passávamos os olhos pela folhinha. Hoje em dia sacamos do telemóvel... Mas nesse tempo estava muito preocupado em produzir a minha tese de doutoramento. Ir comprar um jornal, especificamente, fi-lo, portanto, só durante o tempo dos Estados Unidos. Houve uma frase dessa época, que creio que é uma frase do Presidente Soares, que foi “a decisão está tomada, agora arranjem a justificação!”. Fantástico! Nesse aspeto ele era um líder brilhante. Depois, mesmo cá, comprava, ocasionalmente, o *Expresso*. Também o *Jornal de Letras*. Interessava-me aquilo que se estava a passar no país, nomeadamente tudo o que esteve associado ao processo do 25 de Abril e as fases subsequentes e, sobretudo, a noção da importância da Liberdade, que foi conquistada, e que eu acabei por por ainda ter o privilégio de a saborear, senão eu não estaria aqui a falar consigo desta maneira. Aliás, nos meios profissionais, por vezes algumas das notícias eram hilariantes. Não vai acreditar, mas no meu gabinete eu tenho a primeira página de *O Diabo* de há uns anos atrás, quando foi da criação das Biomédicas, e eu fui comprar *O Diabo*, que é algo de notável, e o que é que *O Diabo* trazia? Dizia qualquer coisa como “Central comunista fabrica médicos de pé descalço para ir para a periferia” ou coisa do género e depois a notícia em si é um conjunto de patetices que no fundo tinha muito a ver com o *establishment* das faculdades de medicina tradicionais e o pavor de verem uma nova escola, com ideias novas, com metodologias novas, e eu creio que todas as situações em que há este corte são geradoras de grande apreensão. Eu devo dizer que a criação do Instituto de Ciências Biomédicas é um passo notável no que diz respeito ao reconhecimento das situações de saúde das comunidades, saúde e doença, e do processo de ensino-aprendizagem.

Quais as notícias que os entrevistados guardam na memória desses tempos dos anos Oitenta e Noventa e do início do novo milénio? Que meios jornalísticos usavam para acederem a notícias?

O primeiro dos entrevistados recorda-se, nomeadamente, de acompanhar o processo de adesão de Portugal à então Comunidade Económica Europeia, a queda do muro de Berlim e a mudança de regime na África do Sul. Nesse tempo, era um ávido consumidor de jornais. Lia bastante o *Expresso* e o *Primeiro de Janeiro*, que era o seu diário de referência e com o qual chegou a colaborar, dando sequência às colaborações com a imprensa que mantinha ininterruptamente desde a sua juventude. Por vezes, lia, também, vespertinos lisboetas, como *A Capital* e, ocasionalmente, o *Diário de Lisboa*. Complementava a leitura da imprensa nacional com a imprensa internacional, referindo as newsmagazines *Time* e *Newsweek* e a revista semanal do diário francês *Figaro*.

Lembro-me de acompanhar o processo de adesão de Portugal à então Comunidade Económica Europeia. Acompanhei, com satisfação, a cerimónia da assinatura do tratado em direto, nos Jerónimos, pela RTP. Quando tive ocasião de o fazer, cheguei a dizer ao Dr. Mário Soares que a nossa adesão tinha sido uma precipitação. Nós não deveríamos ter aderido à Comunidade Económica Europeia na época, em 1 de janeiro de 1986, porque não estávamos inteiramente preparados para isso. Deveríamos ter esperado mais algum tempo, sobretudo para, de alguma maneira, pôr alguns pensos nas feridas que tínhamos com as ex-colónias; procurar, primeiro consolidar uma relação política mais ou menos estável com as ex-colónias, entre tanto países independentes, para, quando entrássemos na Europa, podermos dizer que representávamos uma comunidade mais alargada do que nós próprios, porque, evidentemente, nós continuávamos e continuamos a ser um país pobre a aprender a conviver num clube de ricos. Nesse tempo, lia bastante o *Expresso* e o *Primeiro de Janeiro*, que era o meu jornal de referência, aliás onde eu colaborei, sucedendo ao poeta Alberto de Serpa como responsável da página cultural, ainda que já não em vida do senhor Manuel Pinto de Azevedo, seu proprietário. Por isso, tive ocasião de conhecer a dinâmica de funcionamento do *Primeiro de Janeiro* durante os quase três anos, em que estive a dirigir a página de Artes e Letras. O *Primeiro de Janeiro* era o jornal através do qual eu me informava mais. De Lisboa lia o *Expresso* e também, de vez em quando, *A Capital* e o *Diário de Lisboa*, mas, sobretudo, *A Capital*. O maior acontecimento de que eu me recordo de ter acompanhado pela comunicação social depois de retornar a Portugal foi, justamente, a queda do muro de Berlim. Foi uma data, em 9 de novembro de 1989, fundamental. Deu-se o acaso de, no ano anterior, no final do ano de 1988, eu estar na Hungria, num congresso, quando começaram a chegar ao Lago Balaton comboios que traziam gente do leste da Europa, gente que estava a fugir, digamos assim, da tensão da Cortina de Ferro, que começava a dar sinais claros de rutura. Acompanhei, pelos jornais de língua inglesa de Budapeste, justamente, este movimento, que dava já a ideia de que iria acontecer qualquer coisa com a chamada Europa do Leste, aliás, desde o movimento do sindicato polaco Solidariedade. Portanto, acompanhei com algum interesse relativamente de perto, quer nos jornais, depois aqui, nacionais, quer em

revistas que eu próprio comprava – a *Time* e a *Newsweek*. Acompanhei muitas vezes pela *Time*, outras vezes pelos jornais franceses, sobretudo pela revista do *Figaro*, a cobertura das ações de contestação mais relevantes do movimento sindical polaco Solidariedade e do respaldo que ele encontrava no Papa João Paulo II, um papa também ele vindo do leste da Europa, da Polónia. Pude aprofundar, também, a informação sobre a ação política do presidente americano, Ronald Reagan, e sobre a esperança surgida com a *glasnost* do presidente soviético, Gorbachev. Consumia muito a comunicação social internacional, sim. Ainda hoje consumo, especialmente para acompanhar acontecimentos naturalmente mais próximos de nós. A mudança de regime na África do Sul interessou-me muito também, porque tinha vivido lá e tinha percebido, enquanto lá vivia, o que era verdadeiramente o *apartheid*. Foi, de facto, para mim uma enorme alegria ter verificado que, apesar de tudo, o primeiro-ministro De Klerk, sendo membro do outrora conservador e atávico Partido Nacional, conseguiu entender-se com o ANC de Nelson Mandela e fazer uma transição exemplar do regime do *apartheid* para a plena independência do país, consagrada pelas primeiras eleições gerais, em 27 de abril de 1994.

O segundo entrevistado lembra-se da primeira guerra entre Israel e o Egito, da Guerra do Golfo e, mais recentemente, dos atentados de 11 de setembro de 2001. Entretanto, deixou de comprar o *Expresso*, depois de ter lido uma notícia que considerou enviesada sobre um acontecimento em que estava envolvido, mas compra, ocasionalmente, o *Público*. Aliás, enfatiza que nota discrepâncias entre as notícias e os dados disponíveis. Confessa, no entanto, que vê a RTP1, salientando a qualidade de alguns dos seus repórteres, e escuta, no rádio, a Antena 1.

Das notícias lembro-me da primeira guerra Israel-Egito por me dizer mais respeito, porque a base das Lajes estava a ser altamente utilizada para o transbordo de combustível. Da queda do Muro de Berlim. E agora, se calhar, teríamos que dizer: “Trump, tear down the wall in Mexico!”. E isto leva-nos a uma outra conversa que é a distinção entre imigrantes e refugiados e a outras situações e isto eu acompanho pelos meios de comunicação, sobretudo pela televisão. Lembro-me da Guerra do Golfo, que mais tarde se vem a compreender como se constroem e contam as notícias que possam levar à guerra, que possam levar à hegemonia e à destruição de um património que existia e que rapidamente foi roubado ou destruído pelas forças invasoras... Mais recentemente, para lembrar factos assim impactantes, lembro-me de sair de um júri de mestrado e estão os televisores do átrio do Instituto de Ciências Biomédicas e um colega meu dizer-me: “começou a Terceira Guerra Mundial”. Tinha sido o ataque às Torres Gémeas. São imagens que uma pessoa nunca mais esquece. Depois fui ver as notícias para casa. Eu devo dizer que na RTP 1 há fantásticos repórteres de campo e alguns de coragem enorme, como José Manuel Rosendo e outros que que estão no teatro de operações e que estão lá até ao limi-

te. E depois vai havendo todos os dias mais qualquer coisa e acima de tudo o que é penoso é ver as injustiças e arbitrariedades, os crimes que são cometidos contra crianças em Gaza ou contra os indivíduos que foram objeto de ataque por terem ido ao Festival de Música num sítio errado [ataque do Hamas e da Jihad Islâmica contra israelitas, a 7 de outubro de 2023] e, portanto, tudo isto me deixa com o sentimento que, pronto, em relação à humanidade, tentando ser otimista, podíamos ser melhores... Depois de vários anos no Instituto Abel Salazar, surgiu uma oportunidade com a criação da Faculdade de Ciências da Saúde da Universidade da Beira Interior. Quando eu tive conhecimento da nova Faculdade de Ciências da Saúde, com o curso de Medicina, resolvi candidatar-me e, obviamente, com muita satisfação, fui aceite, depois de ter trabalhado naquilo que hoje em dia se considera vital, que é a cooperação entre instituições, pois com o professor Henrique de Barros, da Faculdade de Medicina [do Porto], criámos o mestrado de Saúde Pública, em parceria com as Biomédicas. Depois, por convite do Professor Salvato Trigo, vim para a Universidade Fernando Pessoa. Na viagem para cá e na volta para casa costumo ouvir a Antena 1, o noticiário, o trânsito, as questões meteorológicas, etc. Também ouço rádio quando me estou a arranjar, em casa, e ao domingo para me fazer alguma companhia quando eu estou a organizar as ideias para a semana seguinte. Sou capaz de ouvir um bocadinho de rádio, dos desportos. Gosto de desporto. Não sou praticante, mas gosto. Também já ouvi *podcasts*, o primeiro foi o Compor Mundos, cá produzido [na Universidade Fernando Pessoa], mas não sou consumidor de *podcasts*. Acho que é, talvez, uma estrutura muito parada. Há quem diga que vai correr e que leva o *podcast*. Eu prefiro ouvir os passarinhos, ouvir o som ambiente. Em relação aos jornais, quando eu suspeito que o *Público* traz qualquer coisa que é relevante e sério, eu compro. Compro para me documentar. Até porque eu utilizo dados das notícias, por vezes, no processo de ensino-aprendizagem. Por exemplo, a onda de calor de 2013. Ainda ontem apresentei as notícias da época, em que há uma discrepância enorme entre o que o ministro diz e o que são os dados oficiais, que ele desvaloriza, que são os dados da Organização Mundial de Saúde. Utilizo muito neste contexto, como também, por exemplo, outras situações, como é a contaminação ambiental, portanto uso dirigido, e nessa altura sou capaz de comprar o jornal porque não vou estar sujeito a estar na prisão do Facebook. Já o *Expresso* deixei de comprar. Deixei de comprar quando foi do processo da coíncineração, em que eu era membro da equipa técnica e houve uma mudança, portanto, da incineração dedicada para a coíncineração, e o *Expresso* publica as fotografias dos cinco membros da comissão de avaliação dizendo “Olha que troca-tintas!”. A notícia era só valorizando o que não era valorizável.

Há a reter do momento da vida dos entrevistados em que estes começaram a conviver com a democracia, instituída após a Revolução de 25 de Abril de 1974, algumas convergências e diferenças. Em termos de convergência, nota-se que ambos acedem à impen-

sa internacional para obterem notícias; no que respeita às divergências, nota-se que os acontecimentos noticiados que mais os marcaram são diferentes, bem como diferente era a maneira como lidavam com a imprensa, já que um era leitor assíduo de diversos jornais e o outro não, facto que as suas trajetórias de vida ajudam a explicar.

Adultos seniores: o momento presente

Que balanço fazem os jovens dos anos Cinquenta e Sessenta do século XX de tantas décadas de convívio com as notícias e os meios jornalísticos? Os seus hábitos de uso dos meios jornalísticos mantiveram-se? Como experienciaram a transição para o digital, que enfrentaram já numa fase avançada da vida?

O primeiro dos entrevistados confessa que abandonou o consumo da imprensa em suporte físico recentemente, mas continua a ler jornais, diariamente, em suporte digital. Ouve rádio no carro, designadamente a Antena 1. Vê televisão diariamente para aceder a notícias, mas não é fiel a nenhum canal.

Já não faço tanto consumo da imprensa em suporte físico, mas mais em suporte digital. Deixei [o suporte físico], porque hoje tenho acesso, felizmente, por via digital, aos jornais que se publicam todos os dias em Portugal. Às vezes até são demais os jornais que me enviam pela via digital, por isso não tenho tempo de os ler todos, mas só aspetos que me interessam mais diretamente, como alguns columnistas. Por exemplo, não perco o António Barreto como antes não perdia o Vasco Pulido Valente. Durante o tempo em que me desloco de automóvel, o rádio está sempre ligado na Antena 1, emissora, para mim, de referência. *Podcasts* também consumo, mas depende. Quando há algum interessante, vou lá buscar. Mas, e o problema é justamente esse, é que eu acho que os *podcasts* são muito extensos, exigem muito tempo, portanto também podem ser cansativos. A gente perde um pouco a capacidade de estar atento a tudo aquilo. Há alguns que são um bocadinho mais comedidos e que vale a pena escutar, mas, de resto, não sou muito consumidor. Na televisão, o que me interessa mais são os programas de informação. Hoje até vejo mais televisão do que no passado, porque há mais oferta e, portanto, sou capaz de ver, à segunda-feira, o Telejornal das 20 horas na RTP1, na terça-feira vejo na SIC, na quinta-feira passo pela TVI, depois pelo Canal 2, portanto, vou variando entre os nove ou dez canais de informação que nós temos, portugueses, que dão notícias, incluindo os do cabo. Circulo por eles todos, incluindo pela CMTV. Passo, de vez em quando, pela CMTV, porque dá uma visão do país real que não queremos acreditar que exista. É verdade, é verdade, e é preciso também conhecer essa realidade.

O primeiro entrevistado revela-se, igualmente, um crítico do que se poderia designar com uma deriva sensacionalista da comunicação social portuguesa, que enviesava a informação, e do que considera ser a subserviência dos meios jornalísticos nacionais a determinados interesses.

Muitas vezes, somos surpreendidos com algumas notícias estranhas, servidas com algum grau de alarmismo, mas acabamos por verificar que aquilo não tem, efetivamente, nem a perigosidade que, muitas vezes, querem fazer transmitir, nem importância para afetar a comunidade. De há uns anos a esta parte, verificamos que a comunicação social não está ao serviço de uma comunidade que precisa de estar informada, no sentido positivo do termo, para poder, enfim, tomar as suas opções e fazer as suas escolhas, exercer os seus direitos e, naturalmente, cumprir também os seus deveres. Hoje, as notícias são, de alguma maneira, mais lúdicas, mais de diversão propriamente dita, ainda que, muitas vezes, com conteúdos trágicos, mas, no fundo, estamos a promover aquilo que não é propriamente o que nós poderíamos chamar de comunicação com interesse social. Quando houve o desastre de Camarate, por exemplo, recordo-me bem do impacto que teve no país a transmissão da notícia da morte do primeiro-ministro, sobretudo dele, não tanto dos seus companheiros de viagem, na televisão, na altura RTP 1. O Fernando Balsinha foi o pivô da notícia. O operador de câmara filmou o cadáver jazente, que todos os telespetadores puderam ver... Há coisas que são só para alimentar um conjunto de mentes um bocadinho mais patológicas, quando não há nada de maior reserva e de maior intimidade do que a morte. Portanto, as pessoas deviam respeitar essas situações, porque a notícia era a morte de alguém, neste caso, do primeiro-ministro, não a forma como o cadáver jazia no seu, enfim, no seu leito de morte. E o grande problema é isso, sobretudo nos últimos tempos, desvaloriza-se muito aquilo que são as dimensões mais importantes da notícia em favor daquilo que é menos importante e promovem-se coisas sem importância, digamos, primeiras páginas, sem nenhuma razão. E a CMTV é artista nisso. Há meios de comunicação, aliás, sempre houve, que vivem mais na margem da comunidade, mais na margem do sistema. Exploram as suas fraquezas. Outro problema é que a notícia é sempre narrativa do facto que é passado e nós vivemos hoje muito de notícias com a narrativa de futuro. Isso já não são propriamente notícias, são probabilidades, são, naturalmente, especulações, são, se calhar, prognósticos, mas a notícia verdadeiramente é sobre o passado e por isso é que o jornalismo anterior tinha essa marca distintiva, não se fazia de notícias a ocorrer, fazia-se de notícias ocorridas. Era no dia seguinte ou nos dias seguintes que se lia a narrativa do dia ou dos dias anteriores. Hoje noticia-se sobre o dia seguinte e, muitas vezes, o que se anuncia para o dia seguinte não acontece, porque a notícia só o é depois de ter acontecido, não antes. E isso tem uma influência muito grande porque nós hoje percorremos os órgãos de comunicação social e faz-se muita especulação, faz-se muito prognóstico e eu sou mais não

pelo prognóstico, mas pelo diagnóstico. Por isso a minha confiança no jornalismo diminuiu, e muito. E também não temos hoje no panorama da comunicação social em Portugal nomes de referência como os que já tivemos. Há muitos projetos de comunicação social que são projetos de recados, compreende? E o grande problema é que a comunicação social é uma dimensão séria da nossa vida que não pode, de maneira nenhuma, passar a ser refém de recadeiros. Eu gostava que o jornalismo, em Portugal, voltasse a ser uma entidade confiável. Uma escola de virtudes, no sentido positivo da palavra, não uma escola das fraquezas, das fragilidades. Que voltasse a ser muito mais, digamos, positivamente heroico do que propriamente pícaro, que pudesse, enfim, celebrar os heróis que, no fundo, fazem da sua vida um contributo positivo para que a comunidade, a sociedade, em que estão inseridos melhore.

O testemunho do primeiro entrevistado recai, igualmente, sobre as redes sociais, que evita, por serem um “veículo que pode contribuir para a desinformação” e para a “manipulação” e que, além disso, nas suas palavras, são uma plataforma *voyeurística*.

Em redes sociais não entro. Não entro nem elas entram em mim. São um veículo que pode contribuir para a desinformação e para a manipulação das pessoas, eu diria, e para muito oportunismo, para muito oportunismo, para muito *voyeurismo* e para muitas situações que não são apenas de mera desinformação; são objetivamente situações em que muitas pessoas procuram construir modelos de desenvolvimento de si próprias e, às vezes, modelos de sociedade que são absolutamente não recomendáveis. Nós hoje vivemos duas realidades. Vivemos a realidade da fantasia alternativa criada virtualmente pelas tecnologias e vivemos a outra realidade, a realidade cronológica, a do tempo concreto, aquela realidade em que nós precisamos de viver, sabendo, infelizmente, que há muita, demasiada, gente com enormes dificuldades em sobreviver. E essas duas realidades são muitas vezes antagónicas, porque o país das redes sociais não tem nada a ver com este país, nada, porque este país tem outra dimensão, que é dimensão dos humanos que todos os dias fazem imensos sacrifícios para sair de casa e ir para o seu local de trabalho ganhar honestamente a vida, para poderem alimentar-se e alimentar a família. Eu não frequento redes sociais. Não tenho tempo nem interesse. Mas, enfim, aqueles que as frequentam encarregam-se de me dizer, sem que eu lhes pergunte, o que é que lá se passa e, para mim, nalguns casos, concluo que é tão mau que eu não estou mesmo interessado em frequentar.

Fazendo um balanço, o segundo entrevistado mantém-se fiel à televisão para aceder a notícias, em particular à RTP1, mas rejeita o que considera ser o “excesso de comentário” na emissora pública portuguesa. Explica, aliás, que o excesso de comentário o afasta dos programas noticiosos. No entanto, reconhece que a televisão é, na sua vida, o principal

meio noticioso a que acede para se informar. Complementarmente, escuta, no carro, a Antena 1. Esporadicamente, compra jornais em papel, nomeadamente o *Público* e o *Jornal de Notícias*, quando alguma notícia lhe interessa e quer conservá-la. Na Web consome, sobretudo, informação médica e literatura científica. Participa, aliás, em grupos académicos e profissionais ligados à saúde que partilham notícias especializadas dos meios jornalísticos no WhatsApp, salientando que muitas delas são oriundas de diários da imprensa internacional, como o *Guardian* e *Le Monde*. Manifesta, no entanto, preocupação com as possibilidades de desinformação nas redes sociais e só acede ao Facebook, por exemplo, por ser uma ferramenta de conexão entre os seus colegas médicos que se licenciaram em 1972. Diz também que evita consumir informação após as 21h30, reivindicando o direito à tranquilidade e ao descanso noturnos.

Portanto, hoje, televisão, sim, a RTP1, mas só excecionalmente, muito raramente, ao fim do dia, mas também, se começar com determinados jogos folclóricos, como temos tido com fatura, eu ou corto o som e fico à espera do que venha a seguir ou desligo. Quando entra a coleção dos comentadores e especialistas eu aí já não quero mais estar presente. Haverá um excesso de comentário que às vezes termina simplesmente em luta verbal entre A e B e eu não pago para ver isso. Portanto, ouço rádio no carro, Antena 1, vejo o Telejornal da RTP1, ou então, eventualmente, a Dois, onde também há bons jovens jornalistas, por vezes compro o *Público* e o JN também, o JN é do Porto, e o *mix*, digamos assim, é superior a ser fiel apenas a um. Mas quando vou comprar um jornal em papel, vou comprá-lo deliberadamente, porque houve uma matéria que me interessa e quero conservar. Portanto, fazendo um balanço, a imprensa e a rádio, eventualmente, foram muito importantes na minha vida, mas a televisão, se calhar, sim, alguma televisão, não muita, mas talvez tenha sido mais importante... Eu diria que faço uma mistura deles todos porque eu faço escolhas e ao fazer escolhas é um bocado da rádio se a rádio me diz que saiu um trabalho sobre violência na escola ou violência familiar e que é uma publicação e que é uma síntese de um outro relatório oficial, chamemos assim, ou de uma entidade, como a Fundação Francisco Manuel dos Santos, nessa altura vou comprar o jornal para depois saber e procurar, também, a a origem da notícia. Há até quem diga que quando uma notícia é importante, ela vem ter connosco. Se não é à primeira, é à segunda, e portanto eu estou muito nessa expectativa. Eu abro o computador e não ligo àquela catadupa de notícias que sai sobre as mais variadas coisas que não me interessam e portanto só se há algo de que eu suspeito ou considero que possa ser um trabalho relevante, inclusivamente para a minha atividade, é que eu vou comprar o *Público* ao fim do dia, nem que tenha que passear pela cidade toda porque já desapareceu dos quiosques... Portanto eu sou muito, como é que hei-de dizer, muito prático, ou melhor, com uma perspectiva muito prática da utilização da informação, que é um bem – esperemos que a maior parte das vezes seja um bem – e eu faço essa seleção... A Internet tem uma coisa que é que se nós

dissermos que autorizamos tudo o que nos aparece, que nos distrai, desvia-nos daquilo que é o nosso centro de caminho e, portanto, eu tento remover todas essas distrações e perturbações. Não é porque eu estou a abrir o computador para ir tratar do correio eletrónico ou ir procurar alguma coisa específica que eu tenho de levar com as notícias todas dos boletins informativos dos jornais. Tudo isso está eliminado. Os boletins que eu leio são ou de jornais de carácter científico, médico e não médico, notícias da saúde, etc. Vejo rapidamente e descarto notícias da Ordem dos Médicos... Mas são notícias dos conteúdos de várias revistas científicas internacionais de prestígio que me suscitam a atenção. Eu passaria o dia todo a ler essas notícias todas, mas, e aí vem o critério de seleção, aparecem coisas absolutamente decisivas... Essa é a minha literatura mais hoje em dia... A facilidade de acesso é enorme... Tanto tenho acesso à biblioteca ou às publicações que estão em Filadélfia ou Nova Iorque como aqui em Terras de Bouro e acho isso absolutamente fantástico... Em relação às notícias de carácter científico, passo a maior parte do meu tempo é não a ler, porque depois eu só leio em profundidade o que eu quero, mas a tomar conhecimento e a analisar a muita literatura científica, os editoriais sobre política de saúde, novos fármacos, questões ligadas à mudança climática, etc. e isso é algo fantástico. E permita-me só que eu diga o seguinte: no tempo da faculdade nós estudámos por materiais absolutamente desagradáveis, as sebatas. As sebatas eram uma coisa horrível, horrível... Ninguém com um mínimo de sensibilidade gostaria de tocar naquilo, porque foi sublinhado e sublinhado por cima, do amarelo, do vermelho, cor de laranja ou verde, etc. e hoje em dia, numa síntese, e daí a preocupação, por exemplo, em relação à formação dos profissionais de saúde, numa pequena síntese nós temos tudo e não aquilo que o professor disse. E essas sínteses, a maior parte delas, estão muito bem feitas, e quem for aos *sites*, e aí permita-me que eu alargue a discussão dos *media* aos *sites* de algumas entidades altamente credíveis, como a Organização Mundial de Saúde, o CDC, nos Estados Unidos, etc., que são os meus parceiros para a minha aprendizagem e para eu tentar que dessa aprendizagem se transmita alguma coisa a quem participa nos processos. Portanto, o meu consumo de notícias, eu diria que há dois tipos de notícias na minha cabeça, umas que são de índole profissional e as outras que são as de índole mais pública, chamemos-lhes assim, embora dentro das da esfera profissional também haja as que têm a ver com políticas públicas e toda essa matéria me interessa. Hoje em dia as alterações são tão profundas que os grupos do WhatsApp enviam informações permanentes, diárias, muitas vezes com coisas muito relevantes, e portanto há um cenário completamente diferente, por assim dizer... Nós estamos... Eu considero que estou dentro de um cenário que é o global, que é o mundo, da qual uma parte é o que estamos aqui a trabalhar, mas acabamos por ser influenciados [pelas notícias]. Ninguém vive numa ilha, dentro de uma ilha e isolado... Há sempre influências que o afetam, sejam as suas influências anteriores ou não, portanto podemos dizer que as notícias são importantes, são, obviamente, importantes, porque precisamos

delas por todas as razões, com as limitações e com as preocupações que eu tenho... Portanto, é importante acompanhar as notícias, sim... Mas eu creio que o impacto do escrito numa folha e o impacto da letra pequenina de um *tablet* ou até de um simples *iPhone* são distintos... Mas nos meus grupos no WhatsApp noto a preocupação de transmitir o que é importante à comunidade académica profissional e, por isso, neste caso acaba por haver uma certa seleção da informação e de ser uma informação abrangente. Os meus amigos são muito gentis e muitas das notícias que eu recebo são de boa qualidade. Já foram filtradas por gente de altíssimo mérito e estarei sempre grato a quem me manda por vezes coisas de que eu não não me apercebi, nomeadamente do *Guardian*, do *Monde*, etc. O *Guardian*, que eu tenho lido por encaminhamento da parte dos meus amigos, que me alertam, é um jornal com outra seriedade, até porque tem independência financeira em relação aos poderes dos grandes conglomerados, e aí nós somos levados a acreditar que os temas são diferentes e aceitamos que serão tratados com rigor. Portanto, são essencialmente mais os alertas dos amigos que me levam às notícias. Eu até estou a tentar simplificar ao máximo tudo o que é esse género de, digamos, de acesso à minha conta, porque estamos a viver um período de *overflowing*, estamos inundados de informações, e nós temos que ter uma preocupação com alguma sanidade mental. Portanto a partir das 9h30 [21h30], não há mais móvel, não há mais notícias, há tentativa de pegar num livro e sossegar. Acho que é fundamental e não é por ter 77 [anos]. Se eu tivesse 50 ou 40 e vivesse nos dias de hoje teria tido esta boa orientação... Nem tenho Instagram... O Facebook deve-me ter sido um lapso qualquer e de vez em quando, no grupo dos meus colegas de curso dos médicos de 72, chegam coisas e algumas delas são até muito interessantes, mas queria ver se me livrava dele... E há toda a preocupação que a comunidade tem transmitido sobre as notícias... É nesse sentido... Ainda não temos um detetor de falsidades, embora exista aí o *Polígrafo* e outras iniciativas, mas não temos um verdadeiro detetor de, digamos, dessas mesmas falsidades, e quando tivermos um detetor, alguém vai inventar outra forma de introduzir falsidades no sistema...

O segundo entrevistado enfatiza, igualmente, que confiava mais no jornalismo e nos jornalistas portugueses no passado. Cobra, aliás, preparação, formação e capacidade crítica aos jornalistas e relembra algumas das suas referências entre estes profissionais, como José Manuel Rosendo, Cândida Pinto, Ricardo Garcia e Luísa Schmidt. Está, por outro lado, bem consciente da desinformação na Web e das possibilidades de esta ser potenciada pela Inteligência Artificial e pelo *deep fake*.

Se confio no jornalismo e nos jornalistas portugueses? Vamos lá a ver... Está o Rodrigo Guedes de Carvalho ou está o José Rodrigues dos Santos ou outros e ele não fez a notícia, a notícia vem num *pipeline* que é feito por ali, aqui é metido numa máquina trituradora que diz só sai isto, etc. etc. Não sei se estou a dar uma má ima-

gem, mas depois sai o que esse mesmo processo produziu... e ele lê.. Desconfia um bocadinho, tem a dúvida metódica do que foi, pois, e ele lê, pomposamente, aquilo que que lhe puseram na frente. Ele próprio é capaz de não ter uma interpretação crítica e até de discordar das suas próprias notícias ou das notícias que leu e, portanto, se isto é desconfiar, não, isto é a dúvida metódica, chamemos-lhe assim. Dúvida metódica. Portanto, em relação a mim, é uma dúvida que está a aumentar, está a aumentar, e eu estou aqui a falar e posso expressar determinadas ideias e daqui por algum tempo alguém pega neste vídeo e põe o Calheiros a falar dizendo outras coisas completamente diferentes, com Inteligência Artificial. Mas devo dizer que me fascinam os repórteres de campo porque são outras notícias, como é outro ambiente, os que vão para para a frente da guerra, como o José Manuel Rosendo, a Cândida Pinto e outros que tais, que nos deixam até, como hei-de dizer, simultaneamente comovidos e simultaneamente admiradores, e portanto eu diria que é difícil estabelecer dois paralelismos completamente diferentes entre fazer o relato de futebol e pôr o Rosendo ou a Cândida Pinto a a falarem do que é uma realidade cruel, cruel, inimaginável. Por isso com as crises que fomos identificando e a dificuldade de valorizar, no sentido de acreditar, o que nos é transmitido, eu tenho alguma, digamos, propensão para dizer que, no passado, o jornalismo era melhor. Mesmo no pós-25 de Abril, mesmo com as guerras entre as várias fações políticas, nós tínhamos meios para para conhecermos alguma da realidade. E se anteriormente nós vivemos no escuro, que nos comandava e que nos calava, perfilados de medo, como diria a Natália Correia, agora nós estamos perfilados de surpresa, do que é que vem aí a seguir, quando é que alguém carrega no botão e vamos viajar até ao desconhecido. Talvez se eu abordasse a área ligada às questões da saúde, o jornalismo ligado à saúde, eu tenho alguns amigos na área do jornal, precisamente por força da minha profissão. O Ricardo Garcia, que durante muitos anos trabalhou para o *Público* na área do ambiente, é uma figura mítica, um homem que estuda, que sabe, que publicou um livro e que me pediu para rever um dos capítulos, portanto, ciência, saber e rigor. A Luisa Schmidt é outro paradigma da qualidade. Durante anos e anos talvez fosse a única coisa que valia a pena ler no *Expresso* e tenho algumas gravuras fantásticas sobre os anos 80 e não sei quantos fornos de queima de resíduos hospitalares que existiam no país e que ela desmascarou e clarificou, informou em relação a matéria absolutamente essencial. E quem ainda passar no Hospital de Santo António vê dois anacrónicos. Um ultra-anacrónico que era a chaminé em frente à Rua Dom Manuel I, uma chaminé de onde até as labaredas saíam, que foi transformada mais tarde em aparelho de incineração de resíduos hospitalares, já com alguma melhoria, mas que, mesmo assim, não cumpria o que nós exigimos por lei e, portanto, com estes jornalistas nós tivemos muito boa relação. Eles aprenderam connosco; nós aprendemos com eles e até recebemos conselhos. Por exemplo, em relação à área do tabaco e à prevenção e controle do tabagismo, recebi outros jornalistas dizendo, você tenha cuidado porque os seus trabalhos na

área da gasolina com chumbo e da exposição das crianças são muito respeitados, muito valorizados, mas em relação ao tabaco, olhe que há aí quatro gabinetes dos senhores juristas, dos senhores advogados, prontos para lhe saltarem em cima. Portanto, há jornalistas que criam com a comunidade científica interações que são altamente meritórias e que eu tenho hoje no coração... Portanto, como para qualquer outra profissão que tem que trabalhar num determinado meio que por vezes é hostil, os jornalistas têm, primeiro, que ter muito boa preparação, terem espírito crítico, terem boas chefias, terem as chefias solidárias e, simultaneamente, capacitadoras, e não chefias que fazem uma encomenda. Portanto, eu acredito que como em qualquer outra profissão, a formação é decisiva, é fundamental. Mas para poder valorizar essa formação, o ambiente em que vai trabalhar tem que também ter essa preocupação ética.

Há, portanto, alguns denominadores comuns entre as formas de acesso a notícias desenvolvidas por ambos os entrevistados, sendo notório que a televisão tem um peso central no seu acesso às notícias. Ambos acolheram, igualmente, o digital, e têm grupos de partilha de notícias nacionais e internacionais. Desconfiam, também, salutarmente, do jornalismo na atualidade e são conscientes da desinformação que se propaga nas redes sociais – que vão evitando – potenciada pela Inteligência Artificial.

Conclusões

O objetivo geral desta pesquisa limitou-se à construção de uma narrativa histórica, temporalmente ordenada, sobre formas de receção de notícias e usos dos meios jornalísticos em Portugal, articulada em torno das memórias de dois académicos portugueses com 77 anos completados no momento da realização das entrevistas, em 2025. Foram ambos considerados como fontes orais capazes de fornecer informações testemunhais com valor histórico sobre factos do passado que para eles adquiriram significância (Carvalheiro, 2014b) no contexto das entrevistas. Trata-se, portanto, de uma pesquisa qualitativa exploratória inspirada pela história oral que visa contribuir para a construção de uma história do jornalismo em Portugal que considere a receção noticiosa e o recurso aos meios jornalísticos e não somente a esfera da produção e emissão jornalísticas.

Esta investigação trabalhou, em concreto, com as memórias – que podem ser falíveis e falsas (Radstone, 2008; Fiorelli, Mangini, 2024), são enviesadas pelo tempo (Carvalheiro, 2014b), pelas experiências vivenciadas que os indivíduos tiveram dos acontecimentos, pelo processamento cognitivo de novas informações e pela própria mediatização de acontecimentos (Couldry, Hepp, 2018) – que esses dois homens portugueses de 77 anos guardam do uso e receção de notícias e dos meios jornalísticos. Sendo um estudo inspirado pela história oral, valoriza as memórias individuais – que valem por si mesmas – acerca

da relação desses indivíduos com os meios jornalísticos e as notícias, tendo por pano de fundo as suas histórias de vida e as mundivivências que foram edificando em correlação com as suas mundivivências, mas considerando, conforme adverte Carvalho (2014b), que os testemunhos orais registados no presente sobre práticas de receção noticiosa e uso dos meios jornalísticos no passado podem não refletir os modos como então se encaixavam estes mesmos meios e as notícias.

Deve enfatizar-se que a história oral trabalha com o que poderíamos designar por *vidas significativas* e não com *amostras estatisticamente representativas*. A amostra não pode considerar-se representativa dos portugueses e portuguesas da mesma faixa etária, género e profissão. Aliás, os entrevistados viveram, principalmente, em meios urbanos e atingiram níveis de escolaridade superiores ao que é comum entre os indivíduos da sua geração. Portanto, não pode haver generalização de resultados, ainda que, possivelmente, as experiências que os entrevistados nesta pesquisa tiveram com as notícias e os meios jornalísticos sejam semelhantes às de outras pessoas da mesma faixa etária e da mesma área geográfica, com as mesmas habilitações literárias e histórias de vida similares.

A primeira conclusão a tirar é que a presente pesquisa, confrontada com outras fontes da historiografia do jornalismo em Portugal (cf. Sousa, 2021, 2022), tal como sugere Carvalho (2014b), confirma, desde a esfera da receção noticiosa e do recurso aos meios jornalísticos para obtenção de informação, vários dados históricos, designadamente, e considerando que a receção é caracterizada pelas práticas e contextos de cada momento (Carvalho, 2014b):

- a) A preferência pela leitura dos diários do Porto, de algum modo transmitida, como *hábito cultivado*, de geração em geração, sobretudo pelas figuras paternas;
- b) A importância dos cafés e coletividades locais para a leitura de jornais e para o acesso à televisão quando as emissões regulares se iniciaram no país, num tempo em que comprar o televisor era uma decisão que tinha de ser ponderada e não estava ao alcance de todas as bolsas;
- c) A integração dos sucessivos novos meios jornalísticos nas práticas quotidianas de receção de notícias. Os entrevistados experienciaram um tempo, na sua infância e juventude, em que a imprensa era o principal meio noticioso, complementado pela rádio, pelos cinejornais e mesmo por dispositivos hoje relativamente esquecidos, como os placares noticiosos nos edifícios-sede dos jornais. Usaram a rádio para fins informativos, no contexto domiciliário, um hábito que alguns mantiveram até hoje, mas a audição de rádio informativa foi-se, tendencialmente, reduzindo à esfera do automóvel. A televisão tornou-se o principal provedor de notícias, tendo ambos os entrevistados aderido aos canais por cabo especializados em notícias, embora por vezes conservem hábitos adquiridos no seu passado, como assistir ao Telejornal (RTP1), o programa noticioso mais antigo da televisão portuguesa. Com

a digitalização, incorporaram, também, mas não unanimemente, novos hábitos de acesso a notícias, sendo de destacar, principalmente, que deixaram de ler, regularmente, imprensa em papel;

d) A identificação da propaganda e da censura na mediatização jornalística dos acontecimentos durante o regime autoritário do Estado Novo, período durante o qual o sistema jornalístico e mediático era verticalizado e se encontrava capturado pelo Estado (Carvalho, 2014b), ainda que um dos entrevistados admita que, na época, não pensava muito no assunto;

e) A interiorização de uma – salutar – desconfiança em relação às redes sociais, face ao aumento da desinformação, em linha, aliás, com os estudos de opinião¹³, desconfiança esta, classificada por um dos entrevistados como “dúvida metódica”, que se alarga, no entanto, ao jornalismo e aos jornalistas.

Uma segunda conclusão geral diz respeito à capacidade denotada pelos entrevistados recuperar e verbalizar, narrativa e conscientemente, memórias das experiências de receção de notícias e usos dos meios jornalísticos, com vista a obterem gratificações imediatas (satisfação da saciedade informativa) ou retardadas (por exemplo, os meios jornalísticos serviram de intermediários para o uso de notícias em sala de aula).

Embora este não seja nem pretenda ser um estudo sobre literacia mediática, os entrevistados, ainda que um mais do que o outro, também dizem ter tido consciência dos usos propagandísticos dos meios jornalísticos – incluindo os cinejornais – no tempo do Estado Novo, da luta ideológica travada entre os meios jornalísticos durante o Processo Revolucionário em Curso, em linha com as tensões registadas na sociedade portuguesa, da desinformação que campeia no espaço digital, em especial nas redes sociais, e das potencialidades e perigos da Inteligência Artificial no domínio da comunicação digital. Embora as interpretações atuais dos entrevistados sobre as suas memórias do que se passou ou dos seus juízos sobre a atualidade sejam moldadas pelas informações sucessivamente recebidas e pelos conhecimentos construídos ao longo do tempo, entre outros fatores, como a própria ação do entrevistador durante as entrevistas, resultou notória a tentativa de formulação, por parte dos entrevistados, de um discurso coerente e consciente das opções feitas e dos juízos que fizeram e fazem sobre a receção de notícias e usos dos meios jornalísticos ao longo da vida. Esta é uma terceira conclusão que pode ser extraída dos dados coletados nas entrevistas.

¹³ Segundo o 3.º Relatório Global de Consumo 2024 da agência de comunicação Marco, realizado em parceria com a plataforma tecnológica Cint, 93% dos portugueses consideram o jornalismo fundamental para combater a desinformação, sendo de destacar que 83% dos inquiridos para este relatório declaram confiar mais em informações transmitidas por jornalistas do que em conteúdos partilhados por influenciadores digitais e outros agentes (<https://www.meiosepublicidade.pt/2025/01/30/93-dos-portugueses-valorizam-o-jornalismo-como-arma-contra-a-desinformacao>).

Uma quarta conclusão prende-se com os usos dos meios jornalísticos e o acesso aos mesmos. O cultivo da imprensa ocorreu, em todos os casos, desde a infância, normalmente por influência do progenitor. Os entrevistados, ambos doutorados e com vidas que contemplaram períodos fora de Portugal Continental, alargaram o consumo da imprensa portuguesa¹⁴, sendo referidos diários históricos como *O Primeiro de Janeiro*, *O Comércio do Porto* e o *Jornal de Notícias*, à imprensa nacional, sendo referidos o semanário *Expresso* e o diário *Público*, e à imprensa internacional, sendo referidos jornais como o *Guardian*, *Le Monde*, *The New York Times* e *O Estado de São Paulo* e revistas como a *Time* e a *Newsweek*. O percurso de vida e a educação formal foram, portanto, fatores relevantes para a escolha dos meios jornalísticos dos entrevistados, conclusão que se poderá com grande probabilidade alargar à generalidade da população. Um dos entrevistados, no período do PREC, lia, no Porto, os vespertinos de Lisboa, para obter as últimas notícias – *Diário Popular*, *A Capital* e *República*.

Igualmente se pode afirmar, como quinta conclusão, que os hábitos de seleção e usos dos meios jornalísticos e receção noticiosa que vêm do passado influenciam, em certos casos, as escolhas no presente, apesar do aumento da diversidade da oferta jornalística.

O recuo do uso da rádio para obtenção de informação, que também já se apontou, é uma sexta conclusão a extrair. A rádio era valorizada no contexto familiar e individual como dispositivo de entretenimento e informação, mas, com o tempo, foi sendo substituída pela televisão, que se tornou onnipresente na vida dos entrevistados, sendo de relevar o bom acolhimento que junto deles tiveram os canais especializados em notícias, relativamente recentes no contexto das suas vidas. A rádio, se bem que ainda presente no quotidiano, é usada parcamente, sobretudo no carro, sendo, por ambos, referida a Antena 1 como estação favorita.

A sétima conclusão geral remete para a adaptação ao digital que os entrevistados desenvolveram. Ambos acedem a notícias na Web pelos computadores e *smartphones* e participam em grupos no WhatsApp onde se partilham notícias, mas não usam, habitualmente, outras redes sociais e estão alerta para a desinformação que campeia nestas plataformas e para a sua potenciação pela Inteligência Artificial.

Finalmente, como oitava conclusão, os entrevistados e entrevistadas já confiaram mais no jornalismo e nos jornalistas em Portugal. Apesar de reconhecerem e valorizarem o papel social do jornalismo em democracia, cobram mais formação, consciência crítica e atuação ética aos jornalistas.

¹⁴ Num caso também a imprensa local vianense e limiana.

Bibliografia

- Abib, T. A., Ventura, M. S.** (2019). Narrativa jornalística e história oral: diálogos possíveis na prática noticiosa de Eliane Brum, *Libero*, 44, 137-148. <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/1028/1040>
- Abreu, A. A.** (1998). Jornalistas: de românticos a profissionais. *Antropolítica*, 5, 7-19.
- Abreu, A. A.** (2012). Um novo olhar sobre os jornalistas: os depoimentos orais. *Sur Le Journalisme, About Journalism, Sobre Jornalismo*, 1(1). <https://revue.surlejournalisme.com/slj/article/view/19>
- Abreu, A. A.,** (2003). Jornalistas e jornalismo econômico na transição democrática. In A. A. Abreu, F. Latmann-Weltman, F., M. Kornis (orgs.). *Mídia e política no Brasil: jornalismo e ficção*. Editora FGV.
- Abernathy, P. M.** (2018). *The expanding news dessert*. Center for Innovation and Sustainability in Local Media/University of North Carolina.
- Anderson, F.** (2017). Australians news photographers, safety, and trauma. In U. Carlsson, R. Pöyhtäri (eds.), *The assault on journalism. Building knowledge to protect freedom of expression* (pp. 231-234). NORDICOM.
- Ball-Rokeach, S. J.; DeFleur, M. L.** (1976). A dependency model of mass media effects. *CommunicEtion Research*, 3(1), 3-21.
- Baptista, C., Camponez, C.** (org.). (2022). *Contributos para uma história dos jornalistas*. Livros ICNOVA – Instituto de Comunicação da Nova. <https://coleccionova.fcsh.unl.pt/index.php/icnova/issue/view/15>
- Barbosa, M.** (2016). Meios de comunicação: lugar de memória ou na história? *Contracampo*, 35(1), 7-26. <https://periodicos.uff.br/contracampo/article/view/17558>
- Barbosa, M.** (2019). Comunicação, história e memória. *MATRIZES* 13(1), 13-25. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v13i1p13-25>
- Barbosa, M.** (2020). Gripe espanhola: fluxos encadeados de memória e lapidação das lembranças. *Reciis – Revista eletrônica de Comunicação, Informação & Inovação em Saúde*, 14(4), 821-830. <https://www.arca.fiocruz.br/handle/icict/45035>
- Bardan, A.** (2017). Remembering socialist entertainment: Romanian television, gestures and intimacy. *European Journal of Cultural Studies*, 20(3), 341-358. <https://doi.org/10.1177%2F1367549416682246>
- Biltreyst, D., Lotze, K., Meers, P.** (2012). Triangulation in historical audience research: experiences from a multi-methodological research project on cinema audiences in Flanders. *Participations: Journal of Audience and Reception Studies*, 9(2), 690–715. https://www.participations.org/Volume%209/Issue%202/37%20Biltreyst_Lotze_Meers.pdf
- Bourdon, J.** (2003). Some sense of time: Remembering television. *History and Memory*, 15(2), 5-35. <https://doi.org/10.1353/ham.2003.0008>
- Bourdon, J.** (2011). Media remembering: the contributions of life-story methodology to memory/media research". In M. Neiger, O. Meyers, E. Zandberg (Eds.), *Media memory: collective memory in a new media age* (pp. 62-73). Palgrave Macmillan.
- Brennen, B.** (1996). Toward a history of labor and news work: the use of oral sources in journalism history. *The Journal of American History*, 83(2), 571-579. <https://doi.org/10.2307/2944949>

- Butsch, R.** (2000). *The making of American audiences: from stage to television, 1750–1990*. Cambridge University Press.
- Butsch, R., Livingstone, S.** (eds.). (2013). *Meanings of audiences: comparative discourses*, Routledge.
- Cabrera, A., Lima, H.** (eds.) (2022). *Imprensa em Portugal: uma história*. Livros ICNOVA. <https://doi.org/10.34619/gi8d-c84k>
- Caldas, A. L.** (1999). *Oralidade, texto e história – Para ler história oral*. Loyola.
- Candau, J.** (1998). *Memoire et identité*. Presses Universitaires de France.
- Cardoso, C. R., Azevedo, C., Sousa, J. P.** (Eds.). (2022). *Para uma história das revistas de informação geral em Portugal*. Livros ICNOVA. <https://doi.org/10.34619/7wgf-1qry>
- Cardoso, F. L.** (2022). *A fotografia documental na imprensa portuguesa – o real e o verosímil*. Instituto Politécnico de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10400.21/15108>
- Carvalho, J. R.** (2014a). Introdução. In J. R. Carvalho (Org.), *As caixas mudaram o mundo? Usos femininos dos media no Estado Novo* (pp. 9-15). MinervaCoimbra.
- Carvalho, J. R.** (2014b). Sobre recepção e história dos media. In J. R. Carvalho (Org.), *As caixas mudaram o mundo? Usos femininos dos media no Estado Novo* (pp. 19-43). MinervaCoimbra.
- Carvalho, J. R.** (2014c). História oral, memória e recepção mediática. In J. R. Carvalho (Org.), *As caixas mudaram o mundo? Usos femininos dos media no Estado Novo* (pp. 45-65). MinervaCoimbra.
- Carvalho, J. R.** (2014d). Radio, reception and memory: Portuguese female audiences and housewife politics from the 1930's to the 1950's. *Rádio Leituras*, V(1), 141-163. <https://radioleituras.files.wordpress.com/2014/07/artigo7.pdf>
- Carvalho, J. R.** (org.). (2013). *Media, gender, and the past*, Livros LabCom. <http://www.labcom-ifp.ubi.pt/livro/106>
- Carvalho, J. R., Silveirinha, M. J.** (2018). “Género e receção mediática no Estado Novo. *Mediapolis*, 7, 199-213. https://doi.org/10.14195/2183-6019_7_13
- Carvalho, J. R., Tomás, D. G.** (2014). “Receção mediática e história oral. Operárias da Covilhã no Estado Novo. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*, 2(1), 123-143. <https://doi.org/10.21814/rlec.59>
- Carvalho, J. R., Tomás, R. G., Portovedo, S. F. F.** (2014). “Ritual television. Religious beginnings for a female audience. *Media History*, 21(2), 150-161. <https://doi.org/10.1080/13688804.2014.977239>
- Correia, C. H. P.** (1978). *História oral: teoria e técnica*. Universidade Federal de Santa Catarina.
- Correia, F., Baptista, C.** (2007). *Jornalistas: do ofício à profissão. Mudanças no jornalismo português (1956-1968)*. Caminho.
- Correia, F., Baptista, C.** (2010). *Memórias vivas do jornalismo*. Caminho.
- Couldry, N., Hepp, A.** (2018). The continuing lure of the mediated centre in times of deep mediatization: Media events and its enduring legacy. *Media, Culture & Society*, 40(1), 114-117.
- Dunaway, D. K., Baum, W. K.** (orgs.). (1984). *Oral history: an interdisciplinary anthology*. American Association for State and Local History & Oral History Association.
- Faulkenbury, E.** (2020). Journalism, COVID-19, and the opportunity of oral history. *The Oral History Review*, 47(2), 253-259. <https://doi.org/10.1080/00940798.2020.1791723>
- Feldstein, M.** (2004). Kissing cousins: journalism and oral history. *The Oral History Review*, 31(1), 1-22. <https://doi.org/10.1525/ohr.2004.31.1>

- Figueira, J.** (2007). *Os jornais como atores políticos*. MinervaCoimbra.
- Figueira, J., Gomes, P. M.** (2021). O jornalista na Revolução de Abril: um profissional novo em construção. *Mediapolis – Revista de Comunicação, Jornalismo e Espaço Público*, 13, 91-107. https://doi.org/10.14195/2183-6019_13_5
- Florelli, J. O., Mangini, R. C. R.** (2024). *Psicologia Jurídica*. Atlas.
- Frazão, S. M.** (2016). Considerações sobre a entrevista em história oral e no jornalismo em abordagens a imigrantes e refugiados. *Vozes & Diálogo*, 15(1), 88-100. <https://doi.org/10.14210/vd.v15n01.p%25p>
- Frisch, M.** (1990). *A shared authority. Essays on the craft and meaning of oral and public history*, State University of New York Press.
- Giacopuzzi, M. J.** (2007). *The Los Angeles news photographer: an oral history of Boris Yaro*. State University. <https://scholarworks.csun.edu/handle/10211.3/157657>
- Henige, D.** (1982). *Oral historiography*. Longman.
- Hoyt, M., Palattella, J.** (ed.). (2007). *Reporting Iraq: an oral history of the war by the journalists who covered it*. Melville House Publishing.
- José, C. L.** (2003, setembro 2-6). *História oral e documentário radiofônico: distinções e convergências* [comunicação]. XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belo Horizonte, Brasil. http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP06_jose.pdf
- Joutard, P.** (1983). *Ces voix qui nous viennent du passé*. Hachette.
- Joutard, P.** (2015). *Histoire et mémoires: conflits et alliance*. Éditions la Découverte.
- Kaluža, J., Prodnik, J. A.** (2022). Remembering media and journalism in Socialist Yugoslavia. Oral History interviews with audiences. *Prispevki za Novejšo Zgodovino / Contributions to Contemporary History*, (62)1. <https://doi.org/10.51663/pnz.62.1.6>
- Katz, E.; Blumler, J. G., GUREVITCH, M.** (1985). Usos y gratificaciones de la comunicación de masas. In M. de Moragas (Ed.), *Sociología de la comunicación de masas II: estructura, funciones y efectos* (pp. 127-171). Gustavo Gili.
- Kneip, V.** (2021). *Voz e vez da redação: memórias da trajetória de formação do telejornalista brasileiro*. Ria Editorial. <https://www.riaeditorial.com/livro/voz-e-vez-da-redacao>
- Lopes, A. S., Cardoso, F. L., Mata, M. J., Duarte, A., Coutinho, M., Godinho, J.** (org.). (2022). *O jornalismo visual em Portugal - Contributos para uma história*, Instituto Politécnico de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10400.21/15069>
- MacKinnon, S. R., Friesen, O.** (1987). *China reporting: an oral history of American journalism in the 1930's and 1940's*. The University of California Press.
- Maia, M. R.** (2006). A história oral como recurso metodológico. *Contracampo*, 15, 137-150. <https://doi.org/10.22409/contracampo.v0i15.550>
- Mancera, M. P. S.** (2019). El estudio de la historia del periodismo a través de la memoria oral de periodistas veteranos en los documentales biográficos e históricos. In C. Toural-Bran, Á. Vizoso, M. Rodríguez-Castro (Eds.), *La revolución tecnológica de la comunicación en perspectiva: historia de los nuevos medios digitales, los nuevos medios en la historia* (pp. 570-579). Universidad de Santiago de Compostela & AsHisCom – Asociación de Historiadores de la Comunicación. <https://zenodo.org/record/3784439#.Y5M3RH3P1aR>

- Martinez, M.** (2016). Reflexões sobre jornalismo e história oral: um campo com mais convergências do que dissonâncias. *Revista Observatório*, 2(1), 76-91. <https://sistemas.uft.edu.br/periodicos/index.php/observatorio/article/view/1869>
- Meihy, J. C. S. B.** (1996). *Manual de história oral*. Loyola.
- Meihy, J. C. S. B., Holanda, F.** (2015). *História oral: como fazer, como pensar*. Contexto.
- Meijer, I. C.** (2019). Journalism, audiences, and news experience. In K. Wahl-Jorgensen, T. Hanitzsch (Eds.), *The Handbook of Journalism Studies* (2nd ed, pp. 389-405). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315167497-25>
- Mihelj, S., Bourdon, J.** (2015). Doing audience history: questions, sources, methods. *European Journal of Communication*, 30(1), 3-6. <https://doi.org/10.1177/0267323114565743>
- Moreira, R. H. S.** (2010, Maio 13-15). *Indiciarismo e história oral: ferramentas metodológicas interdisciplinares entre a história e o jornalismo* [comunicação]. XV Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste, Vitória, Brasil. <http://www.intercom.org.br/papers/regionais/sudeste2010/resumos/R19-0764-1.pdf>
- Picone, I.** (2017). Conceptualizing media users across media: The case for “media user/use” as analytical concepts. *Convergence*, 23(4), 378–390. <https://doi.org/10.1177/13548565177003>
- Radstone, S.** (2008). Memory studies: For and against. *Memory Studies*, 1(1), 31-39. <https://doi.org/10.1177/1750698007083886>
- Ramírez, W. J. C.** (2020). La historia oral como método y metodología para el estudio del periodismo radiofónico y la libertad de expresión en la región histórica de Managua 1936-1979. *Raíces: Revista Nicaraguense de Antropología*, 4(7), 110–122. <https://doi.org/10.5377/raices.v3i7.9701>
- Ramos, R.** (Coord.), Sousa, B. V., & Monteiro, N. G. (2009). *História de Portugal*. A Esfera dos Livros.
- Reifová, I.** (2009). Rerunning and ‘rewatching’ socialist TV drama serials: Post-socialist Czech television audiences between commodification and reclaiming the past. *Critical Studies in Television*, 4(2), 53–71.
- Reifová, I.** (2015). A study in the history of meaning-making: Watching socialist television serials in the former Czechoslovakia. *European Journal of Communication*, 30(1), 79-94. <https://doi.org/10.1177/0267323114565744>
- Ribeiro, A. P. G.** (2015). A história oral nos estudos de jornalismo: algumas considerações teórico-metodológicas. *Contracampo*, 32(2), p. 73-90. <https://doi.org/10.22409/contracampo.v0i32.668>
- Ribeiro, N., Reis, A. I.** (eds.). (2022). *História do jornalismo radiofónico em Portugal: dos primeiros noticiários aos anos 90*, Livros ICNOVA. <https://doi.org/10.34619/vfxc-dqt>
- Rice, G.** (2000). War, journalism, and oral history. *The journal of American history*, (87)2, 610-613.
- Ricoeur, P.** (2000). *La mémoire, l'histoire, l'oubli*. Seuil.
- Ritchie, D.** (1995). *Doing oral history. Practical advice and reasonable explanations for anyone*. Twayne Publishers.
- Rouchou, J.** (2003, Setembro 2-6). *Ouvir o outro: entrevista na história oral e no jornalismo* [comunicação]. XXVI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, Belo Horizonte, Brasil. http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2003/www/pdf/2003_NP02_rouchou.pdf
- Santos, M.** (2009). Histórias de vida na grande reportagem: um encontro entre jornalismo e história oral. *Comunicação & Informação*, (12)2, 21-32. <https://doi.org/10.5216/c&i.v12i2.12266>

- Sousa, J. P.** (2020). *Para uma história do jornalismo iconográfico em Portugal. Das Origens a 1926*. Livros ICNOVA. <https://www.icnova.fcsh.unl.pt/para-uma-historia-do-jornalismo-iconografico-em-portugal-das-origens-a-1926/>
- Sousa, J. P.** (2021). *Portugal. Pequena história de um grande jornalismo I. Da manufatura à indústria*. Livros ICNOVA. <https://doi.org/10.34619/hyc1-qblv>
- Sousa, J. P.** (2022). *Portugal. Pequena história de um grande jornalismo II*. Livros ICNOVA. <https://doi.org/10.34619/p27e-5jla>
- Tejada, R. C.** (2018). Comunicación social y historia oral: por un método integrador para la historia de la prensa. *Revista de historiografía*, 28, 301-322. <https://doi.org/10.20318/revhisto.2018.4218>
- Thompson, P.** (1978). *The voice of the past. Oral history*. Oxford University Press.
- Thompson, P.** (2008). The voice of the past: oral history. In R. Perks, A. Thomson (Eds.), *The oral history reader* (pp. 25-31). Routledge.
- Thomson, A.** (2011). Memory and remembering in oral history. In D. A. Ritchie (ed.), *The Oxford handbook to Oral History* (pp. 75-95). Oxford University Press.
- Tokin, E.** (1992). *Narrating our pasts. The social construction of oral history*. Cambridge University Press.
- Vansina, J.** (1985). *Oral tradition as history*. The University of Wisconsin Press.
- Ventura, I.** (2012). *As primeiras mulheres repórteres. Portugal nos anos 60 e 70*. Tinta-da-China.
- Zion, L., Dodd, A., Ricketson, M.** (2020). Recording lives in journalism: Reflections on oral history and journalism methods in life histories. *Oral History Australia Journal*, 42, 56-80.

Invisibles en el Periodismo. Los periodistas españoles y el franquismo

Concha Langa Nuño

Universidad de Sevilla, España

clanga@us.es

Resumen: El presente capítulo presenta el proyecto que sobre la recuperación de Periodistas invisibilizados en la Historia está desarrollando el grupo Hicpan, grupo que reúne a investigadores de varias universidades andaluzas. El proyecto Invisibles en el periodismo busca recuperar los nombres olvidados por la Historia de la Comunicación desde una mirada crítica, periférica y poscolonial. Es crítico porque pone en el foco las tradicionales historias de la comunicación que han dejado fuera los territorios periféricos y otros protagonistas que por ser mujeres, obreros, exiliados o emigrantes no aparecen en los libros de Historia. El proyecto pretende de este modo, completar las historias tradicionales del periodismo que solo tienen en cuenta los medios de la capital y los principales profesionales y en el que no se encuentran nombres de periodistas que fueron relevantes en su tiempo a nivel nacional o local, pero que han sido olvidados por diferentes motivos. En el presente capítulo, que parte de este proyecto del grupo, se explica el enfoque del mismo y se presentan algunos casos de estudio relacionados con mis investigaciones. En las mismas estamos estudiando los casos de represión de periodistas en la etapa franquista. Pero queremos también incidir en el olvido de periodistas franquistas una vez acabado el régimen e instaurada la democracia. Se trata de un doble olvido para los periodistas de los años treinta.

Palabras clave: Periodismo español. Periodistas. Represión. Franquismo. Invisibles en la Historia

Abstract: This chapter presents the project on the recovery of journalists rendered invisible throughout history, currently being developed by the Hicpan research group, which brings together scholars from several Andalusian universities. The project Invisibles in Journalism seeks to recover the names forgotten by the History of Communication through a critical, peripheral, and postcolonial lens. It is critical in that it challenges traditional communication histories that have excluded peripheral territories and other actors who, due to being women, workers, exiles, or migrants, have not been included in canonical historical accounts. The project thus aims to complement traditional histories of journalism, which tend to focus exclusively on media based in the capital and on leading professionals, overlooking journalists who were significant in their time—whether nationally or locally—but who have been forgotten for various reasons. This chapter, which stems from the group's broader project, outlines its conceptual approach and presents several case studies related to my own research. These studies examine cases of repression against journalists during the Francoist period. However, we also seek to highlight the subsequent erasure of Francoist journalists themselves once the regime ended and democracy was established. This constitutes a double erasure affecting journalists of the 1930s.

Key words: Spanish journalism; Journalists; Repression; Francoism; Historically Invisible

Introducción

El capítulo que presentamos en este libro es parte de un proyecto en construcción. El grupo de investigación Hicpan, Historia crítica del periodismo andaluz¹, está inmerso desde hace un tiempo en la recuperación de periodistas andaluces que han sido olvidados por la Historia. El proyecto de una historia crítica viene a completar las historias tradicionales del periodismo que no tienen en cuenta los territorios periféricos y en el que no se encuentran nombres de periodistas que fueron relevantes en su tiempo pero que han sido olvidados por diferentes motivos y se han convertido en invisibles en la Historia. En el presente capítulo, que parte de este proyecto del grupo, se explica el enfoque del mismo y se presentan algunos casos de estudio que estamos realizando.

1. Estado de la cuestión y objetivos

En las últimas décadas el conocimiento sobre la historia del periodismo español ha ido creciendo gracias a obras de gran calidad que han cubierto la geografía nacional, regional o etapas concretas del periodismo en los más diversos medios de comunicación. En este sentido, con algunas excepciones (como los cuatro tomos de la *Historia del periodismo español* de Gómez Aparicio (1967-1981) fueron los años ochenta y noventa los que vieron la publicación de los primeros estudios serios, ya clásicos, que se explican en gran parte por el nacimiento y expansión de las facultades de Comunicación a lo largo de la geografía española (Seoane, 1983 y Saiz, 1996, de Álvarez Fernández, 1989, Pizarroso, 1992, Fuentes y Fernández Sebastián, 1997, etc.).

En todas estas obras generales sobre la Historia de la Comunicación en España pocas veces encontramos información que vaya más allá de los grandes títulos de la capital y de las cabeceras de referencia de algunas capitales de provincia. Son pocas también las referencias a la prensa local o comarcal, a los profesionales del periodismo y fotografía que contribuyeron página a página con una labor escasamente estudiada, centrada más en los grandes empresarios papeleros, fundadores y directores. También a la prensa de grupos minoritarios y, desde luego, pocas son las menciones a mujeres periodistas o editoras, con alguna escasa excepción. Estos protagonistas de la historia de la Comunicación han quedado “olvidados” y ello ha hecho que hayan sido “invisibilizados”. Esta invisibilidad no permite en el plano académico ofrecer referentes. Es por ello que con este proyecto se pretende abordar y dar luz a protagonistas invisibles a lo largo de la historia del periodismo.

¹ Quiero agradecer a los compañeros Carmen Espejo, Miguel Vázquez Liñán, y Francisco Baena, de la Universidad de Sevilla, Lola Álvarez, de la Universidad Loyola de Andalucía, y Laura López Romero, de la Universidad de Málaga, su colaboración en este trabajo. <https://grupo.us.es/hicpan/>

Muchas veces, esos invisibles son los perdedores de la historia. Aquellos que perdieron guerras, o las luchas por un mundo nuevo, o cuya capacidad económica les hizo no poder competir con grandes empresas. A veces Quijotes contra molinos, que no lograron si quiera embestir aquellos grandes gigantes (gigantes que muchas veces fueron las normas sociales, las tradiciones o costumbres que arrinconaron o impidieron que las mujeres salieran del ámbito del hogar; que silenciaron la voz de los obreros, lo mismo que a los emigrantes, y, desde luego, de aquellos que tuvieron que marchar por cuestiones políticas). La historia la escriben los ganadores, pero también los poderosos, por eso ignora o esquivo a aquellos que no tienen esa fuerza de luchar contra los gigantes/molinos.

Recojo aquí una cita de Jean Chesneaux que incluía la profesora Amparo Moreno en un interesante libro titulado *El Arquetipo Viril protagonista de la historia* (1986). En 1977 afirmaba Chesneaux en su artículo “¿Hacemos tabla rasa del pasado?»: «La producción histórica se halla hoy en expansión (...) Pero esta expansión espectacular oculta un debate político: ¿en qué sentido actúa y en beneficio de quién?». Creemos que cuatro décadas después y a pesar de las muchas e importantes aportaciones, la Historia que se ha hecho de la Comunicación ha beneficiado a los poderosos, a los vencedores, a los hombres y a los que han controlado el poder económico. No es un plan de dominio, es que, como indica Teun Van Dijk en sus trabajos sobre análisis crítico del discurso, los que tienen el poder económico dominan los medios en general y por tanto difunden un discurso favorable a sus intereses. Por eso, y lo demuestra Van Dijk en sus trabajos sobre racismo (2003), los medios, muchos de ellos, colaborarían en la consolidación de un discurso oficial que sería el que hegemonícamente ha pasado a la Historia. Pero no todos los medios han participado de ese discurso del poder o dominante. Muchos periódicos, a veces hechos con pocos medios; muchos periodistas, a veces perseguidos; muchos obreros o emigrantes a pesar de su escasa cultura académica; y mujeres por ideas políticas o por intereses culturales, también necesitaron “comunicar” un discurso, unas ideas, una visión de su contexto vital. Fueron hombres y mujeres que usaron los medios de comunicación para intentar difundir un discurso alternativo que, por menos medios económicos, por las prohibiciones del poder o simplemente, por las convenciones sociales, no llegó tan lejos o pasó al olvido en las grandes Historias de la Comunicación.

En esta reivindicación de los otros, de los invisibles, nos parece enriquecedor acudir al sociólogo portugués Bonaventura de Sousa Santos. Éste ha propuesto una nueva forma de acercarnos a la Historia en su libro *Epistemologías del Sur* (2014, junto con Maria Paula Meneses). Su intención es buscar métodos y actores alternativos en la construcción de la Historia. Y es que, si Van Dijk no juzga el discurso neutral, Santos tampoco considera que la epistemología, o lo que lo mismo, las teorías y los métodos de conocimiento, sea neutral. En las prácticas del conocimiento impactarían determinados elementos (Santos señala en especial el colonialismo y el capitalismo, pero también el cristianismo) cuyo

impacto crearía epistemologías dominantes. La alternativa propuesta es la que denomina “Epistemologías del sur”, aquellas en las que tendrían en cuenta la supresión de saberes a lo largo de la historia por las epistemologías dominantes que se mostraron como universales (desacreditando a otras prácticas de conocimiento que terminaron suprimidas, lo que Bonaventura denomina “epistemicidio”, es decir, la supresión de los conocimientos locales perpetrada por un conocimiento alienígena (2014, p. 8). A esa dictadura de la ciencia occidental y colonial, Santos opone la diversidad epistemológica del mundo:

“El Sur es concebido aquí de manera metafórica como un campo de desafíos epistémicos que pretende reparar los daños e impactos causados históricamente por el capitalismo en su relación colonial con el mundo. Esta concepción del Sur se superpone, en parte, con la del sur geográfico, el conjunto de países y regiones del mundo sometidos al colonialismo europeo (...) La superposición no es total porque, por un lado, en el interior del norte geográfico, clases y grupos sociales muy amplios – trabajadores, mujeres, indígenas, afrodescendientes, musulmanes– fueron sujetos a la dominación capitalista y colonial, y, por otro, en el interior del sur geográfico siempre hubo «pequeñas Europas», pequeñas élites locales que se beneficiaron de la dominación capitalista y colonial, y que después de las independencias la ejercieron y siguen ejerciéndola, por sí mismas, contra las clases y grupos sociales subordinados...” (2014, pp. 10-11)

Como podemos comprobar, algunas voces ya se han preocupado por esa falta de presencia de muchos actores en los libros de Historia, y algunas de las ideas propuestas por estas investigaciones se podrían adaptar al estudio sobre Historia de la Comunicación que proponemos. Si bien es cierto que algunos trabajos ya han rescatado a grupos concretos (como el trabajo sobre mujeres silenciadas de la francesa Michelle Perrot, 1998 o de Díaz Nosty sobre mujeres periodistas en la guerra civil, 2022), creemos que el analizarlo de modo general puede ayudar a un mejor conocimiento de la Historia del Periodismo y la Comunicación.

Por último, queremos citar la conferencia que hace cinco años impartió el profesor Celso Almuiña en el IV congreso de internacional Historia del Periodismo Canario, celebrado en la Palma. Almuiña abrió el evento con una disertación de sugestivo título: “El papel de la comunicación en la Historia. Grupos “sin historia”, aislados y/o marginados”. Recogida en el libro de actas del congreso, ofrece una visión holística de la Historia de la comunicación y su existencia desde la Prehistoria. En ese trabajo hacía afirmaciones interesantes sobre la Historia de la Comunicación en España en la que demostraba que no había sido siempre un fenómeno global. Así, refiriéndose a la llamada prensa de masas afirma que no lo fue pues esa gran prensa estaba dirigida a “minorías cultas, asociadas a un buen pasar socioeconómico” (2021, p. 21). Hubo que esperar a la llegada de la radio y la televisión para poder hablar de medios de masas en España. Almuiña, que destaca la buena salud de la oralidad

en esta etapa que llama del bit, propone fuentes alternativas y la cooperación entre disciplinas para dar voz a aquellos, muchos, que no la han tenido a lo largo de la Historia. Este trabajo, aunque con un enfoque no idéntico al que proponemos, sí tiene el mismo espíritu de completar las muchas lagunas de la Historia de la Comunicación, rescatando de todas esas minorías silenciadas o invisibilizadas a lo largo de la Historia.

En esta línea, el estudio de los “nuevos fondos documentales, la potenciación de la historia oral, el interés por la actuación de sujetos individuales o ciertos colectivos sociales poco considerados anteriormente” pone de manifiesto la renovación metodológica en este campo (Barranquero, 2014, p. 159).

Igualmente, y anticipando nuevas estrategias metodológicas para dar a conocer estas voces silenciadas tomamos como referencia la aportación de la profesora Barranquero, pues permite otorgar un importante peso a “los nuevos fondos documentales, la potenciación de la historia oral, el interés por la actuación de sujetos individuales o ciertos colectivos sociales poco considerados anteriormente” como parte de una renovación metodológica que se adoptará en este proyecto (Barranquero, 2014, p. 159).

“Para redescubrir el pasado, se necesita considerar las memorias colectivas dentro de la labor historiográfica. Las experiencias vividas o no vividas de los sujetos históricos, almacenadas como recuerdos, suponen fuentes de información de gran utilidad para la comprensión de los diversos periodos históricos”. (Cantero y Herranz, 2018, p. 1015).

¿Cuáles serían las líneas que el proyecto plantearía? ¿Qué invisibles serían los necesitados de rescatar? Creemos que ya hemos adelantado las principales líneas de actuación del proyecto propuesto.

En primer lugar, sin lugar a duda, estarían las mujeres. En la historia del periodismo español, la ausencia de estudios sobre las mujeres que formaron parte de esta es más que notoria. Y, sin embargo, existieron. No solo como colaboradoras, redactoras, fotógrafas, o técnicas, sino también, y muy especialmente, al frente de las publicaciones ya fuera en calidad de directoras, editoras-propietarias o fundadoras. Como ha demostrado nuestra compañera, la profesora y periodista Lola Álvarez-Morales (2023 y 2025), al no conseguir abrirse paso en la industria mediática de finales del XIX apostaron por hacerlo directamente y en un número realmente impresionante. Entre el siglo XIX y comienzos del XX, hemos llegado a contabilizar solo en Andalucía más de un centenar de directoras, fundadoras y/o propietarias de publicaciones periódicas en España, de las cuales apenas sabemos nada, en un trabajo de campo que todavía no ha terminado (Álvarez, 2023).

En segundo lugar, el proyecto busca rescatar aquellos periodistas que por su situación vulnerable (por lo general desde el punto de vista político) no han pasado a la Historia. También por sus problemas sociales o económicos; creadores de medios humildes hoy olvidados. Nos estamos refiriendo a la prensa obrera (Baena, 2011 y 2025), la prensa del exilio (Sánchez Illán, 2011; Glondys, 2018), y la prensa de la emigración (Navarro y Yanes, 2019; Ripoll, 2019).

Desde luego, la represión de periodistas de distinta ideología en diversas etapas de la Historia española es el que motiva los mayores casos de silenciación e invisibilización posterior. Desde su nacimiento, la prensa ha sido objeto de persecución por el poder político. La fuerza de la prensa para divulgar información la hizo peligrosa y la puso en la mira de las autoridades que utilizaron todos los medios del Estado moderno para su control. La creación de mecanismos de control, como la censura previa; las dificultades para la publicación de medios, como el depósito previo; o las multas una vez divulgada la información, forman parte de la Historia de todos los países. El caso español no es distinto. Desde que nacen los periódicos en el siglo XVII tuvieron que soportar el control de las autoridades, con organismos como el Consejo de Castilla. Ya en la edad contemporánea, ese control vivió distintas etapas, dependiendo del nivel de liberalismo de los gobernantes: desde el absoluto control de la época de Fernando VII, a la mayor apertura de los periodos en las que el liberalismo progresista estuvo en el poder en tiempos de Isabel II. Aunque la Restauración borbónica proclamó la libertad de prensa, la Ley de 1883 daba libertad a las autoridades para ejercerla según sus intereses. Esta norma prolongó su existencia hasta el siglo XX, siendo sustituida por la Ley de Prensa de 1938. Aunque la Dictadura de Primo de Rivera (1923-1930) persiguió y acabó con la prensa política, la República también se dotó de medias represivas para defenderse de sus enemigos que costó el cierre de periódicos conservadores tras el golpe de Sanjurjo y de periódicos de izquierdas tras la Revolución de Asturias, de octubre de 1934. Sin embargo, la etapa que supera a todas las que hemos indicado hasta ahora fue el franquismo. A este asunto le vamos a dedicar la segunda parte de este capítulo.

A lo anterior se une otra problemática que motiva una doble invisibilización. No solo porque en su momento fueron cabeceras o periodistas silenciados (cierres, censura o destierro) si no porque en la actualidad resulta altamente difícil localizar los escasos fondos que se conservan de un modelo de prensa que representa una importante muestra de patrimonio histórico y cultural. Es por ello que el proyecto también se plantea como objetivo principal la recuperación de archivos, hemerotecas privadas y fondos. Aunque las hemerotecas más antiguas nacen en el primer tercio de siglo (la Municipal de Madrid en 1918 y la de Sevilla en 1934), la falta de importancia que durante mucho tiempo se les dio a los papeles periódicos hizo que no se diese trascendencia a su conservación. En el caso de que no se destruyeran, no se les encontró lugar en los archivos tradicionales o son muchos los que están sin inventariar en fondos privados. Es algo que los miembros

de Hicpan pudimos comprobar al realizar el inventariado exhaustivo de la prensa de la provincia de Sevilla. El resultado fue realmente clarificador y espectacular, reuniendo un millar de cabeceras, muchas de ellas apenas conocidas. Este trabajo de investigación dio como resultado el volumen *Historia del periodismo local en la provincia de Sevilla. Contra el olvido de la prensa cercana*. Granada, España. Editorial Comares. 2022.

2. Metodología de la investigación

El proyecto de investigación propuesto en las líneas anteriores pretende instituir como objeto de conocimiento a los sujetos históricos, las prácticas socioculturales y la materialización de estas en objetos impresos hasta hoy discriminados por la Historia del Periodismo y de la Comunicación social. La exclusión de estos sujetos y objetos del relato histórico sobre la Historia del Periodismo es consecuencia de la universalización de un sistema-mundo, el proyecto de Modernidad occidental, enraizado en el androcentrismo y el etnocentrismo (Bhabha, 1994; Mignolo, 2007; Mbembe, 2016). Este proyecto pretende restituir parte de la violencia epistémica que se ha ejercido contra los sujetos, objetos y fenómenos comunicativos que han padecido el silencio histórico.

Para ello, se parte del estudio de la noción de invisibilidad como cualidad padecida por los sujetos situados en los límites normativos de su tiempo histórico, representados aquí por las mujeres, los obreros, las personas represaliadas, las personas migrantes y los extranjeros. Por consiguiente, esta categoría impugna el sistema-mundo moderno de Occidente y disputa los modelos normativos, los sistemas legislativos y los modelos de prensa hasta el momento concebidos como hegemónicos, en tanto que pudieran ser expresión del sentido -construido- como común. Esa impugnación se llevaría a cabo a través de la reconstrucción de la experiencia vivida y encarnada por los sujetos agentes de la comunicación (Ginzburg, 1981 [1976]; Davis, 1983). El modo en que se aborda el estudio de estas experiencias y su representatividad en la revisión crítica de la Historia del Periodismo sigue los siguientes parámetros:

- a) Situar al sujeto en su encrucijada espaciotemporal (Burdíel, 2014) reconstruyendo las redes sociales en las que se inserta. Para ello, se propone la práctica del paradigma indiciario (Ginzburg, 2003) desde el microanálisis, siguiendo las huellas del sujeto en la dimensión micro para emplazarlas ante las problemáticas identificadas en ese tiempo en el nivel macro.
- b) Reconstruir los contextos de producción, circulación y recepción de los objetos impresos en relación con la agencia (Thompson, 1989) de los sujetos, individuales y colectivos, valorando la capacidad de respuesta -aceptando, rechazando o resistiendo- de los agentes desde la activación de los aprendizajes colectivos y su capital simbólico.

- c) Instaurar las memorias de los sujetos partiendo de la concepción de sus prácticas culturales como modos de intervención en la vida pública que afirman, refutan o impugnan tanto los sistemas normativos como la acción política centralizadora de los micropoderes.
- d) Reinterpretar las modalidades periodísticas instituidas no por comparación con los rasgos del modelo hegemónico en cada periodo histórico, sino por la operatividad que adquieren sus rasgos al facilitar el acceso al mundo social y su comprensión.

3. Resultados y discusión. Un caso de estudio: los periodistas y el franquismo

Los años treinta fueron de gran relevancia en la Historia del periodismo español, una auténtica edad dorada de la prensa española. Y es que, el que muchos escritores publicasen frecuentemente en prensa (Aubert, 2021) subió el nivel literario de ésta. También salieron a la calle más cabeceras debido a los cambios políticos que vivía España. Si los años de la dictadura de Primo de Rivera vieron el declive de la tan relevante prensa política, a cambio asistieron al desarrollo de la prensa ilustrada y especializada (cinematográfica, deportiva, etc.); por su parte, la llegada de la Segunda República y la ampliación de libertades y la conflictividad motivó la reaparición con fuerza de la prensa política y multiplicó el número de publicaciones. En estos convulsos años fueron muchos los periodistas de distinto tipo (recordemos que aún no existe el periodista profesional) que desarrollaron una intensa labor periodística (aunque muchos vivieran de otra profesión) y que publicaron con asiduidad en las numerosas cabeceas existentes. Una prensa que se polarizó, al igual que la sociedad española, y que llegó a la primavera de 1936 con un grado de crispación formidable, al menos en lo concerniente a la prensa política e informativa.

Como es de sobre sabido, el comienzo de la guerra civil significó un corte en la Historia de España que tuvo su reflejo en la prensa. Fue un hecho realmente negativo para el periodismo y los periodistas españoles. En las zonas que permanecieron leales al gobierno de la República, se dio la persecución de periodistas conservadores, con el asesinato y encarcelamiento de los que más se habían señalado o que tuvieron mayor implicación en la política. Lo mismo ocurrió en la zona rebelde, con el añadido que la represión continuó una vez concluida la guerra. La terrible Ley de prensa de 1938 convirtió a los periodistas en apóstoles del nuevo Estado y puso a la prensa al servicio de la nación, o lo que es lo mismo, de sus dirigentes (Sevillano, 2023). Además, para escribir en prensa se hizo obligatorio pertenecer al Registro Oficial de Periodistas y tener el perceptivo carné de prensa. El haber sido un periodista católico y conservador no fue suficiente en algunos casos para tener el carné o perderlo por cualquier sospecha de connivencia con las izquierdas, como le ocurrió al onubense Gómez Rey (Langa, 2023). Muchos periodistas que quedaron en territorio español no pudieron volver a escribir nunca viviendo un exilio interior.

Por desgracia fueron muchos los que tuvieron que marchar al exilio (como el cordobés Fernando Vázquez Ocaña -Expósito, 2025), y continuaron escribiendo en la prensa de otros países. O fueron encarcelados y sufrieron numerosos juicios de las jurisdicciones especiales (jurisdicción militar, de Represión de la Masonería y el Comunismo o de Responsabilidades Políticas) (Langa, 2020). En numerosos casos, como hemos indicado, no se les permitió entrar en el Registro Oficial de Periodistas y escribir en prensa.

Los estudios sobre los periodistas represaliados por el franquismo están comenzando a ayudarnos a sacar de la invisibilidad a periodistas que desaparecieron de los libros de Historia y del recuerdo. Muchos de ellos fueron magníficos profesionales, de gran calidad literaria. Periodistas asesinados, exiliados o, simplemente, silenciados están siendo recuperados, aunque en muchos casos solo sean sus nombres y su vinculación con determinados periódicos².

En pocas ocasiones se recupera los nombres y la obra de estos periodistas. El caso más llamativo, por su alcance, es el del sevillano Manuel Chaves Nogales. Chaves fue sacado de la invisibilidad por nuestra compañera de Hicpan Maribel Cintas Guillén.³ Ahora Chaves es un autor leído y respetado y considerado el mejor periodista español del primer tercio del siglo XX (Cintas, 2021, p. 21). Ocupa el lugar que le merece en la Historia del periodismo por su altísima calidad literaria y maestría narrativa a la altura de los más grandes del periodismo universal, por su innovadora forma de entender el periodismo (siendo el primero en usar el avión como transporte), y su magistral manera de contar y mostrar la humanidad. Hoy Chaves Nogales se ha convertido también en un referente moral por su enfrentamiento a los totalitarismos de izquierda y derecha y su posición crítica con ambos bandos de la guerra en su obra *A sangre y fuego*. Pero el caso de Chaves es quizás la excepción que confirma la regla. Son muchos los periodistas relevantes que hoy no están en los libros de Historia.

Lo cierto es que la mayoría de los periodistas que se identificaron con el régimen republicano desaparecieron de la prensa española y sus nombres fueron silenciados por el régimen franquista. Fue el primer paso para hacerlos invisibles. Son muchos los ejemplos. En nuestros trabajos sobre represión de periodistas apenas se divisa una pequeña muestra de los muchos que fueron invisibilizados. Pero una muestra bien significativa.

En el caso de los periodistas gaditanos sacamos a la luz los nombres de 60 periodistas represaliados. Algunos directores o redactores jefes de periódicos, y otros colaboradores

² Además de estudios sobre periodistas concretos, los trabajos de conjunto más relevantes son los estudios de Ríos Carratalá para escritores y periodistas (2023, 2025), el de Cordero para periodistas madrileños (2022) y el nuestro para Cádiz, quizás el primero que estudió una zona completa (Langa, 2009).

³ Imposible citar aquí todos los trabajos de Cintas sobre Chaves. Además de la recuperación de las principales obras de Chaves gracias a la edición de sus obras, también ha publicado dos biografías (Cintas, 2011 y 2021).

habituales. Aunque casi todos fueron represaliados por su relación con la política o la masonería, su señalamiento como periodistas les hizo diana de venganzas (Langa, 2009).

En esta presentación del proyecto queremos destacar tres casos de periodistas andaluces olvidados, pero de gran interés.

Por un lado, comenzamos por el redactor-jefe y luego director del periódico más importante de la ciudad de Sevilla en el primer tercio de siglo, *El Liberal* (1906-1936). Estamos hablando de Diego Martín Núñez. El diario sevillano *El Liberal* es un buen ejemplo de la persecución de los rebeldes sobre la prensa republicana. Fue incautado en los primeros días de la guerra civil en Sevilla. Este importante diario, propiedad de la Sociedad Editora Universal de los hermanos Busquets desde 1923 (después de que estos compraran la Sociedad Editorial de España de Miguel Moya), pasó a manos de la Falange que publicó, desde el 1 de septiembre de 1936 el diario *F.E.*. Diego Martín Núñez era miembro del Partido Republicano Radical muy cercano de Martínez Barrio y masón (CDMH, Masonería, B, C.347/10). Al ser republicano y masón tuvo que sufrir varios procesos según el Tribunal de Represión de la Masonería y el Comunismo (TRMC, Exp. 10106, Sumario 730/44). Fue procesado en 1944 y condenado a 12 años y un día de reclusión menor e inhabilitación, conmutados en 1946 por la pena de inhabilitación. Martín fue depurado e imposibilitado de ejercer su profesión de periodista, por lo que trabajó como administrativo para la empresa del cine Coliseo España (Langa y López Romero, 2023).

El segundo caso es el del periodista posiblemente más influyente del Cádiz del primer tercio del siglo XX: Ignacio Chilía Giraldez (1883-1953) (Langa, 2009, pp. 185-196). Chilía formó parte de la primera Asociación de la Prensa gaditana creada en 1909. La actividad periodística de Chilía le hizo fundar tres periódicos, dos de ellos en Cádiz. En 1915 apareció *El Comercio*, “Órgano del Sindicato Industrial de Ultramarinos” del que fue director-proprietario.⁴ Todavía se trata de un periódico de defensa profesional, pues Chilía era comerciante y estaba muy relacionado con las empresas gaditanas de pesca. Tras su cierre vemos a Chilía embarcado en una aventura nacional con *El Mercantil español* de Madrid, “periódico nacional de absoluta independencia política afecto a los intereses del comercio y la industria” según indicaba su cabecera. Chilía fue el director gerente de este semanario nacido en 1916 y que vive, al menos, hasta 1917. En 1919 fundaba el diario *El Noticiero gaditano*, uno de los más relevantes de esa etapa, relacionado con *El Noticiero Sevillano* (fundado en 1893 por la familia Mencheta). El periódico gaditano asumía las nuevas ideas del Periodismo

⁴ En *El Mercantil español* explica que *El Comercio* se cerró en diciembre de 1915 y que tenía siete años de vida. No hemos podido comprobarlo, pero este periódico da información sobre una campaña de *El Comercio* en 1909.

de empresa, siendo un moderno rotativo informativo, aunque al llegar la República gire a la izquierda su línea editorial (sus editoriales iban casi siempre firmados por Ignacio Chilía).

Como la mayoría de periodistas contemporáneos, el periodismo era una segunda profesión para Chilía. Abogado (de importantes empresas navieras y pesqueras gaditanas) y muy activo en las organizaciones patronales, es relevante que Chilía se defina como periodista en la *Guía de Cádiz* de 1930, aunque en las otras lo haga como comerciante. El listado de sus cargos en la patronal gaditana es impresionante, lo que aumenta en la II República (presidente de la Junta Nacional Pesquera y Conservera; del Comité Oficial de Exportación de pescado y conservera; de la Cooperativa de Venta de Pescado en Madrid; y secretario gerente del Sindicato de Fabricantes de Conservas del Sur de España).

Además de su relevante papel social desde las columnas de uno de los principales diarios ciudadanos, Chilía pasa a primera plana de actualidad por su implicación política durante la República. Fue elegido concejal tras la proclamación del nuevo régimen. También en las elecciones de mayo de 1931 y a las de 1936 como republicano independiente según su propia declaración en el expediente del Consejo de Guerra. En su expediente consta como concejal radical demócrata entre mayo de 1931 y 10 de octubre de 1934 y de nuevo en febrero de 1936 (Archivo Histórico Municipal de Cádiz, Sección Gobierno interno, Caja 469), también se le relaciona con Acción Republicana de Azaña. Sus grandes responsabilidades durante el régimen, en especial en el sector naval que ya hemos comentado, fueron el motivo de que cerrase *El Noticiero gaditano*, según anunciaba en su portada Chilía el 2 de enero de 1934, aunque creemos que también debieron influir los cambios políticos del segundo bienio del régimen.

Esto es lo que provocó los graves problemas del periodista con la justicia franquista. Chilía era detenido el 9 de noviembre de 1936. Según su sobrino José Chilía, se hizo para salvarle de posibles ataques contra su persona pues era gran amigo de José León de Carranza, cuyo padre era en esos momentos alcalde y gobernador. Sin embargo, la dureza del proceso que le fue incoado que hemos podido leer, nos permite confirmar que sus buenas relaciones no fueron suficientes para salvarle (Archivo del Tribunal Militar Territorial Segundo (Sevilla) TS. Chilía Giraldez, Sumarísimo 216, leg. 1179, nº 30244). El expediente completo de su Juicio Sumarísimo evidencia que Chilía fue defendido por las asociaciones patronales y pesqueras con las que colaboraba, incluso por el cónsul de la Italia fascista en la ciudad. Sin embargo, los malos informes de la policía y de Falange fueron decisivos. En ellos pesó su colaboración en 1932 como juez instructor en los procesos contra los participantes en la Sanjurjada y su presencia en el ayuntamiento del Frente Popular. En el demoledor informe de Falange, se podía ver cómo su papel como periodista empeoraba su situación:

“Chilía, acostumbrado a vivir con lujo y desahogo tuvo en el periódico la plataforma para obtener lucro y con su aureola de director de un periódico consiguió asesorías

técnicas de entidades y así entró en la Asociación de Armadores de Buques de Pesca por los años 1924 o 25 (...) Su actividad política en los primeros tiempos de concejalía fue combatir a los ayuntamientos de la Dictadura como también o hacía en su periódico...» (ATMTS. Chilía Giraldez, Sumarísimo 216, leg. 1179, nº 30244)

De nada sirvieron los informes favorables de la patronal gaditana. Chilía fue condenado por auxilio a la Rebelión militar a catorce años, ocho meses y un día de reclusión menor e inhabilitación absoluta. En julio de 1940 la pena le era conmutada por la de seis años de prisión menor. Aunque debía salir en 1942 abandonaba la prisión Provincial de Cádiz el 8 de septiembre de 1940. En abril de 1941 se pedían los datos del expediente a fin de resolver la solicitud de indulto que había hecho Chilía. No podemos confirmar si se le concedió. En 1998 su hija, Adelina Chilía Rosado pidió que a su padre se le aplicasen los beneficios de la Ley de Amnistía del 1977 lo que le fue concedido.

El tercer caso que hemos elegido no lo hemos investigado personalmente, pero nos ha parecido de gran relevancia y muy ilustrativo. Se trata de la sevillana Matilde Zapata Borrego (1906-1938), cuyo Consejo de Guerra ha sido sacado a luz por Ríos Carratalá (2023: 299-300). Zapata, bibliotecaria en la Biblioteca Municipal de Santander, era esposa del director de *La Región* (1924-1937) Luciano Malumbres. *La Región* fue fundado por Víctor de la Serna en 1924, pero desde la llegada del fin de la Dictadura primorriverista y de un nuevo director, Epifanio Buján, evolucionó a posiciones más izquierdistas. Desde 1933 estaba dirigido por Luciano Malumbres Francés (1890- 1936) presidente del Ateneo Popular de Santander. Después del asesinato de su marido el 4 de junio de 1936 por un falangista, Matilde Zapata decidió continuar su labor en la dirección del periódico. Zapata, que militaba en el partido socialista ingresó durante la guerra en el Partido comunista, lo que se tradujo en una radicalización del periódico⁵. Cuando las tropas franquistas entraron en Asturias intentó huir a Francia, siendo detenida y encarcelada. Tuvo que enfrentarse a un Consejo de Guerra y fue condenada a muerte en la causa 2866 (Ríos, 2023, p. 300).

5. Periodistas de la II República: el doble olvido

Los casos antes expuestos creemos que son suficientemente significativos de periodistas republicanos o de simpatías progresistas invisibilizados por los vencedores del conflicto civil. Pero hay que hablar de un segundo olvido; el de aquellos periodistas que apoyaron a los rebeldes y vivieron una etapa de gran prestigio en el primer franquismo y que hoy han

⁵ Matilde Zapata Borrego. Asociación de escritores cántabros. <https://www.escriitorescantabros.com/escriptor/zapata-borrego-matilde.html> (consultado el 15-1-2026)

sido invisibilizados por su colaboración y apoyo al golpe de Estado de 1936. Aquí también encontramos nombres de gran prestigio hoy olvidados.

Nuestro trabajo sobre *ABC* de Sevilla nos ofreció una completa muestra de estos periodistas. El diario sevillano era entonces una edición local del periódico madrileño de igual nombre y ambos pasaron de posiciones monárquicas conservadoras a radicalizarse durante la II República, como ocurrió a grupos monárquicos como Renovación Española. Al ser incautada la sede de la capital los primeros días del golpe de Estado (en la que salió un periódico del mismo nombre, pero republicano), y al ser Sevilla una de las pocas urbes en manos rebeldes desde el primer momento, ocupó el relevante lugar del *ABC* de Madrid. Muy pronto comenzaron a ocupar sus páginas de opinión las mismas firmas que antes enviaban sus artículos al diario madrileño. Pero también otros destacados periodistas, políticos o escritores conservadores que apoyaban la sublevación y cuyos periódicos habían sido incautados en la zona gubernamental. De hecho, casi todos los intelectuales o personalidades políticas destacadas del régimen escriben en algún momento en sus páginas. De este modo, y como afirmamos en otro lugar, *ABC* de Sevilla ocupó el lugar del *ABC* de Madrid y, no solo eso, se convirtió en el periódico más relevante del bando sublevado y tuvo un papel relevante en la creación del franquismo (Langa, 2007).

En las páginas de opinión publicaron más de noventa autores con cierta frecuencia. También recogimos para nuestro estudio (que reunió casi 3000 artículos) muchas crónicas pues respondían claramente al estilo de crónica híbrida, a mitad de camino del estilo informativo y el editorializante que fue habitual en el periodismo español de la primera mitad del siglo (Martínez Albertos, 1974: 124).

Muchos de estos autores han sido hoy olvidados.

Algunos, grandes escritores como Julio Camba, Wenceslao Fernández Flórez, José María Pemán, Manuel Machado o Concha Espina, son recordados por su labor literaria, aunque pocos recuperados como periodistas (con excepciones como la excelente biografía de Francisco Fuster sobre Camba, 2022). Es cierto que la fama de otros, como César González-Ruano, se mantuvo durante más tiempo, aunque de nuevo se difumina su recuerdo. Lo mismo ocurre con la corresponsal en Polonia en estos años, Sofía Casanova, recuperada hace tiempo por su labor como cronista de la Revolución rusa.

De otros, se recuerda su faceta política. Son los casos de Eduardo Aunós, el marqués de Quintanar, José Pemartín o el marqués de Lequerica. Aunque la mayoría fueron conservadores procedentes de Renovación Española (Pemán, Juan Pujol, Martínez de Galinsoga, Quintanar o Aunós) en la guerra el diario acogió a falangistas (Giménez Caballero y González-Ruano), y carlistas (García Sanchis).

Son muchos los olvidados. Algunos con más motivo, aunque todos nos dan información para entender el conflicto civil y algunos resultan magníficos escritores y analistas de la realidad (algo difícil por el alto índice de propaganda y politización de la etapa). Los historiadores de la Comunicación tenemos la obligación de recuperar a estos periodistas, a todos los periodistas invisibilizados por la historia, por los vencedores, o por el olvido.

Bibliografía

- Almuiña, C.** (2021): *El papel de la comunicación social en la Historia: grupos «sin historia», aislados y/o marginados*, en J. Yanes Mesa, L. Carrascosa, L. & J.J. Rodríguez (coords.) *La heterodoxia de las periferias. Actas del IV Congreso Internacional Historia del Periodismo Canario*. (pp. 17-48) Ediciones Densura.
- Álvarez-Morales, L.** (2023): *Directoras, fundadoras y propietarias en la prensa andaluza del Siglo XIX*, en Gutiérrez Jiménez, M.E. (coord.) *Historia crítica del periodismo andaluz: trayectorias y memorias para una relectura desde la periferia (siglos XVI-XX)* (pp. 171-184). Comares.
- Álvarez-Morales, L.** (2025): *Mujeres directoras en la prensa andaluza del siglo XIX: Adela García, la invisibilidad de una pionera*, en F. Baena Sánchez, F. & L. López Romero (eds.) *Yo, Periodista. Una historia crítica sobre el ejercicio del periodismo en Andalucía (siglos XVI-XXI)*, (pp. 85-100) Comares.
- Arbeloa, V. M.** (1978). La prensa obrera en España (1900-1923), en *Revista de Fomento Social*, vol. XXVIII, 131, 317-321.
- Aubert, Paul, y Desvois, Jean-Michel** (Edits.) (1996): *Presse et pouvoir en Espagne (1868-1975)*. Burdeos-Madrid, Mayson des Pays Ibériques-Casa de Velázquez.
- Aubert, P.** (2021). *La civilización de lo impreso: la prensa, el periodismo y la edición en España (1906-1936)*. Pressas de la Universidad de Zaragoza.
- Baena Sánchez, F.** (2011). *Una revolución de papel: Prensa y cultura obrera en la colonia británica de las minas de Riotinto (1913-1920)*. Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces.
- Baena Sánchez, F.** (2025). *Prensa y movimiento obrero en la Andalucía restauracionista: Félix Lunar, un periodista comprometido y autodidacta*, F. Baena Sánchez, F. & L. López Romero (eds.) *Yo, Periodista. Una historia crítica sobre el ejercicio del periodismo en Andalucía (siglos XVI-XXI)*. (pp. 119-139) Comares.
- Barranquero, E.** (2014). La guerra civil en la historia local. Entre la fragmentación, la identificación colectiva y la metodología histórica. *Studia Historica. Historia Contemporánea*, 32 (0), 145-164.
- Bhabha, H. K.** (1994). *The location of culture*. Routledge.
- Burdiel Bueno, I.** (2014). Historia política y biografía: más allá de las fronteras. *Ayer*, 93, 47-83.
- Cantero, J. I. y Herranz, J.M.** (2018). *Historización de la memoria*. En H. Lima, A.I. Reis, & P. Costa (coord..) *Metodologías y conceptos para la inclusión de la memoria en los estudios historiográficos. Actas del XV Congreso de la Asociación de Historiadores de la Comunicación*. (pp. 1005-1016) Universidade do Porto.
- Castillo, S. J. y Otero Carvajal L. E.** (eds.) (1987). *Prensa obrera en Madrid (1855-1936)*. Consejería de Cultura de la Comunidad de Madrid y Revista Alfoz.

- Castillo, S. J.; Forcadell, C. et al. (coords.) (1981).** *Estudios de Historia de España. Homenaje a Manuel Tuñón de Lara*. Universidad Internacional Menéndez Pelayo.
- César, V. y Vázquez-Liñán, M. (2023).** “Recordar al mensajero, o cómo rememorar la represión franquista del periodismo”. En M.E. Gutiérrez (Ed.). *Historia Crítica del Periodismo Andaluz. Trayectorias y memorias para una relectura desde la periferia (siglos XVI-XX)*. (pp. 213-222) Comares.
- Checa Godoy, A., Langa Nuño, C., Espejo Cala, C. (coords.) (2022), Montoya Rodríguez, M.C. (Editora):** *Historia del periodismo local en la provincia de Sevilla. Contra el olvido de la prensa cercana*. Editorial Comares.
- Cintas Guillén, M. I. (2011).** *Chaves Nogales. El oficio de contar*. Fundación José Manuel Lara.
- Cintas Guillén, M. I. (2021)** *Manuel Chaves Nogales. Andar y contar* (Vol. 1-2), Confluencias Editorial.
- Cordero Avilés, R. (2022).** *¡Periodistas a las armas! La prensa republicana en el Madrid de la Guerra Civil*. Renacimiento.
- Cruz, R. y Pérez Ledesma, M. (eds.) (1997).** *Cultura y movilización en la España Contemporánea*. Alianza Editorial.
- Davis, N. Z. (1983).** *The return of Martin Guerre*. Mass. Harvard University Press.
- Díaz Nosty, B. (2022):** *Periodistas extranjeras en la Guerra Civil. Periodistas, fotoperiodistas, colaboradoras de prensa y autoras de memorias*. Renacimiento.
- Espinosa, F. (2015).** *Lucha de historias, lucha de memorias. España 2002-2015*. Aconcagua.
- Fuentes, J. F., y Fernández Sebastián, J. (1997):** *Historia del periodismo español. Prensa, política y opinión pública en la España contemporánea*. Síntesis.
- Fuster García, F. (2022)** *Julio Camba. Una lección de periodismo*. Fundación José Manuel Lara
- Ginzburg, C. (1981).** *El queso y los gusanos: el cosmos según un molinero del siglo XVI*. Muchnik.
- Ginzburg, C. (2003).** Huellas. Raíces de un paradigma indiciario. En Carlo Ginzburg, *Tentativas* (pp. 93-155). Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo.
- Glondys, O. (coord.) (2018):** *La prensa cultural de los exiliados republicanos*. Editorial Renacimiento
- Kemp, Geoff (2014).** *Censorship Moments: Reading Texts in the History of Censorship and Freedom of Expression*. Bloomsbury Publishing.
- Langa-Nuño, C. (2007).** *De cómo se improvisó el franquismo durante la guerra civil: la aportación del ABC de Sevilla*. Fundación Centro de Estudios Andaluces.
- Langa-Nuño, C. (2009).** *Periodismo y represión: los periodistas gaditanos y el Franquismo (1936-1945)*. Ed. Quorum.
- Langa-Nuño, C. (2020)** «Una propuesta de metodología para el estudio de la represión de periodistas en la guerra civil y la posguerra», en por Aït-Bachir, N, Irisarri, R., Rodríguez Infiesta, V, y Viguera, R. (coord.): *El historiador y la prensa: homenaje a José Miguel Delgado Idarreta*, Francia: PILAR (Presse, Imprimés, Lecture dans l'Aire Romane) e Instituto de Estudios Riojanos , pp. 675-697
- Langa-Nuño, C. (2023).** Una profesión de riesgo: periodistas bajo el franquismo. El caso de Gómez Rey “flery”. En P. Marques Gomes, S. Cavaco (coord.) *Media e jornalismo em tempos de ditadura: Censura, repressão e resistencia*. (pp. 195-218), Ancora editora.

- Langa-Nuño, C. y López Romero, L.** (2023). «La depuración de periodistas en Sevilla y Málaga: Dos modelos represivos en la prensa andaluza durante la Guerra Civil y el Franquismo», en M.E.Gutiérrez Jiménez: *Historia crítica del periodismo andaluz: trayectorias y memorias para una relectura desde la periferia (siglos XVI-XX)*, (pp. 199-212). Comares
- Martínez Albertos, J.L.** (1974.: *Redacción periodística. Los estilos y los géneros periodísticos en la prensa escrita*. A.T.E.
- Mbembe, A.** (2016). *Crítica de la razón negra. Ensayo sobre el racismo contemporáneo*. Ned Ediciones.
- Mignolo, W.** (2007). *La idea de América latina. La herida colonial y la opción decolonial*. Editorial Gedisa.
- Moreno Sardá, A.** (1986): *El Arquetipo Viril protagonista de la historia*. LaSal, Edicions de les Dones.
- Navarro, C. y Yanes, J.A.** (2019): Presentación Dossier: Prensa y emigración española en América. *RIHC. Revista Internacional De Historia De La Comunicación*, 1(12), 7–15. <https://doi.org/10.12795/RiHC.2019.i12.01>
- Perrot, M.** (1998) *Les femmes ou les silences de l'histoire*. Ed. Flammarion
- Pizarroso Quintero, A.** (1992): *De la Gazeta Nueva a Canal Plus: breve historia de los medios de comunicación en España*. Editorial Complutense
- Ríos Carratalá, J.A.** (2023) *Las armas contra las letras: los consejos de guerra de periodistas y escritores (1939-1945)*. Editorial Renacimiento y Universidad de Alicante.
- Ríos Carratalá, J.A.** (2025) *Perder la guerra y la historia: la represión de periodistas y escritores (1939-1945)*. Editorial Renacimiento y Universidad de Alicante.
- Ripoll Gil, E.** (2019) *La emigración española en la República Federal de Alemania y los medios de comunicación: el caso de la publicación socialista Exprés español (1970-1977)*", en M. Moreno Seco, R. Fernández Sirvent & A. Gutiérrez Lloret (coords.) *Del siglo XIX al XXI: tendencias y debates* (pp. 1467-1479), Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes.
- Sáiz, Mª Dolores, y Seoane, Mª Cruz** (1996): *Historia del periodismo en España. 3. El siglo XX: 1898-1936*. Alianza.
- Sánchez Aranda, J. J., y Barrera Del Barrio, C.** (1992): *Historia del periodismo español: desde sus orígenes hasta 1975*. Eunsas.
- Sánchez Illán, J.C.** (2011) *Diccionario biográfico del exilio español de 1939, los periodistas*. Fondo de Cultura Económica
- Seoane, M. C.** (1983): *Historia del periodismo en España. 2. El siglo XIX*. Alianza.
- Sevillano Calero, F.** (2023): «La ley de prensa de 1938. Aspiraciones totalitarias y conflictos en la política de información del «nuevo estado» español», en Álvarez Cora, E. y Torres Aguilar, E. (eds.): *Conflicto, política y derecho en la España contemporánea: prevención, eclosión y resolución*. (pp. 291-322) Aranzadi.
- Tuñón De Lara, M. et al.** (1977). *Teoría y práctica del movimiento obrero en España (1900–1936)*. Fernando Torres Editor
- Van Dijk, T.** (2003) *Racismo y discurso de las élites*. Gedisa

A memória como fonte para a história do jornalismo: um estudo sobre os jornalistas na Revolução de Abril

Júlia Leitão de Barros

Escola Superior de Comunicação Social • Laboratório de Investigação Aplicada em Comunicação e Média
jbarros@escs.ipl.pt

Pedro Marques Gomes

Escola Superior de Comunicação Social • Laboratório de Investigação Aplicada em Comunicação e Média
pgomes@escs.ipl.pt

Resumo: Este artigo tem como principal objetivo apresentar um projeto que teve como objetivo estudar os jornalistas durante a transição para a democracia em Portugal (1974-1976), através da recolha e análise de memórias destes profissionais. Simultaneamente, discute-se e problematiza-se a recolha de testemunhos orais, o seu contributo enquanto fonte para a História do jornalismo e dos jornalistas, assim como a sua disponibilização pública enquanto trabalho cívico de preservação da memória de uma profissão fundamental do mundo contemporâneo.

Palavras-chave: Jornalismo; Jornalistas; Memória; Revolução

Introdução

No prefácio da obra *Uma História Social dos Média*, Asa Briggs e Peter Burke acentuam a extrema relevância do estudo do passado para a compreensão dos sistemas mediáticos da atualidade, “trazendo a história para o interior dos estudos dos média, e os média para dentro da história” (Briggs & Burke, 2006, p. 10).

De facto, os média são, frequentemente, utilizados como fonte para várias áreas científicas, na medida em que oferecem informações relevantes acerca dos discursos produzidos sobre acontecimentos ou fenómenos (em diferentes épocas), mas também daquilo que é silenciado ou, ainda, relativamente à forma como é descrito ou retratado. Mais escassos são os trabalhos que analisam os média, numa perspetiva histórica, como objeto de estudo em si mesmo, procurando caracterizá-lo e compreender a sua atuação e relação com a sociedade, num espaço e tempo concretos. Isto é, considerando os média, não como um mero reflexo, mas como parte integrante do processo histórico.

Ainda que nos últimos tempos se tenha verificado um aumento considerável de investigações, a história dos média está ainda relativamente pouco desenvolvida em Portugal. Em parte, porque, como notou o pioneiro desta área de estudos, José Tengarrinha, “durante muito largos anos, em Portugal, considerou-se o jornalismo como um género menor, *a latere* da literatura, muito pouco a sua história preocupando os nossos investigadores históricos ou literários, embora eventualmente, pudessem recorrer a ele como fonte” (Tengarrinha, 2013, p. 16).

Concretamente sobre o período revolucionário português de 1974-1975, foram já realizadas várias investigações tendo os média como objeto de estudo (Cádima, 2001; Figueira, 2007; Gomes, 2014; Gomes, 2021; Lima, 2012; Mesquita, 1994; Ribeiro, 2002). Apesar de muito diversas quanto aos objetos de análise, as abordagens às práticas jornalísticas têm tendido a não valorizar muito o ângulo dos jornalistas enquanto categoria profissional (Gomes, 2018). No entanto, é estreita a interdependência dos sistemas políticos democráticos da profissionalização do jornalismo. Este terreno está, em grande medida, por explorar.

Procurando contribuir para um melhor conhecimento sobre o jornalismo, as suas práticas, convenções e constrangimentos e os seus desafios, naquele período de experiência revolucionária, desenvolveu-se, entre 2020 e 2021, o projeto *“À frente da Revolução”: os jornalistas na transição para a democracia em Portugal (1974-1976)*¹. Este projeto, que aqui se apresenta e discute, visou, através da recolha e análise de memórias de jornalistas, refletir sobre as mudanças e continuidades no jornalismo da ditadura para a democracia, dando relevo às rotinas, à organização das redações, bem como às práticas jornalísticas daquela época, valorizando o jornalismo como produtor de cultura, elemento incontornável para entender o processo de “construção do real”, diríamos, socorrendo-nos da abordagem da socióloga Gaye Tuchman (1978). Antes de o apresentarmos, procuraremos refletir sumariamente sobre os trabalhos que têm sido realizados sobre os média na revolução, mas também acerca da recolha e usos de memórias.

Estudar os jornalistas na Revolução de Abril

O estudo das práticas jornalísticas constitui um terreno fértil de reflexão em torno dos desafios e obstáculos à institucionalização da democracia portuguesa. Desde logo, porque, como observa Mário Mesquita, “a génese histórica do atual sistema mediático português” (Mesquita, 1994, p. 360) encontra-se neste período. Acresce que este foi um tempo de intensa atividade jornalística. Aos jornalistas pouco tempo restava para respirarem, na vertigem dos acontecimentos que se multiplicavam a todo o momento, entre manifestações, greves, golpes e contragolpes, boatos e múltiplas tomadas de posição. A possibilidade de poderem exercer a profissão em liberdade é a primeira e mais avassaladora transformação para os jornalistas, mas muitas outras se lhe seguiram. Em particular, o lento processo de reconhecimento e legitimação do jornalismo como espaço autónomo regulado (Garcia, 2009).

¹ Projeto IPL/2020/JorRev_ESCS, financiado pelo Instituto Politécnico de Lisboa, no âmbito do Concurso de Investigação Científica, Desenvolvimento, Inovação e Criação Artística.

Segundo Mesquita, era óbvia a falta de preparação para exercer jornalismo em liberdade e num período tão “quente” como o revolucionário, marcado também por lutas constantes pela tomada de poder nos órgãos de comunicação por forças político militares. Assim, as contradições e movimentações da época tiveram eco também na classe dos jornalistas, existindo, inclusivamente, “quem mudasse, de um dia para o outro, de reacionário para progressista”. É certo que houve quem “resistisse às pressões e se batesse pela dignificação profissional”, mas, olhando para o conjunto da situação, observa o mesmo investigador, “talvez se tenha, afinal, pedido aos jornalistas mais do que poderiam dar” (Mesquita, 1988, p. 96).

Outro investigador, João Figueira, defende que, com a rutura revolucionária, passa a praticar-se “um jornalismo cheio de ideologia, em que a política é uma urgência, após 48 anos de ditadura e ausência de liberdade de expressão e de pensamento” (Figueira, 2007, p. 21). Neste contexto, era impossível manter a neutralidade jornalística e a situação em que os próprios jornalistas se encontravam explica, em grande parte, essa realidade: “a habituação à censura, que forçava a uma linguagem cifrada, a inexistência do ensino de comunicação ou de jornalismo, a ausência de homogeneidade (...) nas equipas redatoriais herdadas do período anterior ao 25 de Abril” (Mesquita, 1994, p. 196).

O ideal de jornalismo, alicerçado numa ética e deontologia profissional e em princípios como a objetividade jornalística, estava longe ser possível pôr em prática, numa altura em que vigorava um amplo espectro político-partidário e uma intensa polarização ideológica, impeditiva de qualquer consenso em torno da noção de objetividade (Hallin & Mancini, 2004). O código deontológico do jornalista, aliás, só seria aprovado já na segunda metade de 1976. Havia uma “quase unanimidade dos diretores e jornalistas quanto ao seu papel de protagonistas políticos”, sustenta o investigador americano Kenneth Maxwell (1980, p. 15), que também estudou a revolução portuguesa. Outro aspeto salientando sobre a prática jornalística de então, recai na intensidade e complexidade da vida política portuguesa: “Pela primeira vez as redações viram-se confrontadas com a necessidade de cobrir uma cadência constante informativa, por oposição ao marasmo vivido anteriormente”. Como resultado, “os jornais espelharam nas suas páginas o clima de sobressalto que se apoderou do país” (Lima, 2012, p. 144).

Alguns destes trabalhos recorrem às memórias de profissionais de comunicação social. Todavia, fazem-no não tanto com o intuito de obter uma visão geral do que era a *praxis jornalística* do período revolucionário, mas sobretudo para tentar clarificar aspetos dos objetos de estudo das diferentes investigações. A este respeito, destacam-se como exceções os trabalhos de João Figueira (2007), Pedro Marques Gomes (2014; 2021) e de José Rebelo (2011), este último com uma grande abrangência temática e temporal. Refira-se, ainda, a existência de diversos livros de memórias de jornalistas e também de algumas biografias, que não cabe aqui explorar.

Em Portugal, no campo da investigação científica, a recuperação da memória oral tem-se vindo a afirmar como espaço multidisciplinar. Como afirma Luísa Tiago Oliveira, “frequentemente, os investigadores que valorizam o testemunho oral situam-se entre a história, a sociologia, as ciências políticas, a antropologia e mesmo a arquitetura, verificando-se, assim, também em Portugal, que estes espaços de fronteira, ora concorrentes ora promíscuos, se revelam propícios à inovação” (Oliveira, 2010, p. 151).

Também por isso, consideramos tão relevante resgatar, através da recolha de memórias, tudo aquilo que tende a ser ignorado nas fontes oficiais e nos registos institucionais sobre a área do jornalismo, sob pena de se perder uma parte relevante desta história. Uma história que é, aliás, fundamental para a compreensão das sociedades, dos seus atores e instituições, sempre – e necessariamente - enquadrada nos respetivos contextos.

Um projeto de recolha de memórias de jornalistas

É um facto que a memória não é a coisa em si mesma, que se encontre, e esteja à espera que alguém a agarre, como uma espécie de entidade neutra, assética, desinfetada, acima de conflitos e de divergências. Pelo contrário, ela sobrepõe, acomoda, integra diferentes espaços e temporalidades e tem, naturalmente, a marca do presente, contendo vestígios do passado.

Tendo sido a recolha de memórias a base metodológica do projeto que aqui se apresenta, importa esclarecer que a memória oral, encarada como recurso informativo singular ou objeto de estudo em si mesmo, requer o cruzamento com outro tipo de informações e uma análise crítica e interpretativa específica: as memórias não podem ser apenas remetidas para a factualidade que “contam”, mas igualmente para a contemporaneidade e o contexto da sua produção. É necessário não perder de vista que relembrar o passado não é compreendê-lo.

Daí a importância de realçar a memória como um processo e não como um mero depósito de dados:

a memória gira em torno da relação do passado e do presente e envolve um processo contínuo de reconstrução e transformação das experiências relembradas em função das lembranças dos relatos públicos sobre o passado. Que memórias escolhemos para relembrar e relatar (...) e como damos sentido a elas são coisas que mudam com o passar do tempo (Thomson, 1997, p. 57).

Embora a “liberdade de palavra” deva ser total em todos os casos, esta pode e deve ser controlada. Isto é, muito embora o narrador possa exprimir-se sem nenhum tipo de cons-

trangimento, nem restrição, sobre todos os assuntos, o investigador deve assegurar que alguns tópicos não deixem de ser abordados, quer como referencial interno da experiência narrada, quer para assegurar uma consistência necessária entre os vários entrevistados nas referências a épocas, situações, contextos profissionais, entre outros aspetos.

A memória é, também ela, seletiva e resultante de opções e silenciamentos. “É uma construção, sempre filtrada por conhecimentos adquiridos posteriormente, pela reflexão que se segue ao acontecimento, por experiências que se sobrepõem à primeira e modificam a recordação” (Traverso, 2012, p. 23). Peter Burke defende que é necessário observar as suas variações no espaço e no tempo, pois, se “as memórias são maleáveis”, então há que “compreender como são concretizadas, e por quem, assim como os limites dessa maleabilidade” (Burke, 2000, p. 21).

Recolher, sempre que possível, vários testemunhos acerca do mesmo assunto, procurar cruzá-los com outras fontes, eis uma postura que, cremos, deve ser sempre adotada quando se tem como objetivo utilizar fontes orais num trabalho científico. Procurámos adotar neste projeto uma atitude crítica e de confronto com outras fontes, tendo em atenção os “três factos distintos”, salientados por Alessandro Portelli, quanto ao trabalho de fontes orais:

um facto do passado, o acontecimento histórico; um facto do presente, que corresponde à narrativa feita pelo entrevistado; e um facto de relação e de duração, que concerne à dinâmica existente entre estes dois factos. Por isso, o trabalho do historiador oral inclui a historiografia em sentido estrito (a reconstrução do passado), a antropologia cultural, a psicologia e a análise crítica dos textos (Portelli. 2013, p. 27).

Tendo em consideração todos estes pressupostos, a proposta de investigação deste projeto visou caracterizar, a partir da recolha de testemunhos orais, a situação profissional dos jornalistas (em termos de lutas e conquistas de direitos laborais e de condições de trabalho), as práticas jornalísticas, as rotinas e a organização das redações dos órgãos de comunicação social, desde o derrube da ditadura, a 25 de Abril de 1974, até 27 de junho de 1976, data das primeiras eleições livres para a Presidência da República, o que nos permite indagar sobre questões relacionadas com a cobertura jornalística das três primeiras eleições livres, por sufrágio direto e universal: constituintes, legislativas e presidenciais. Compreensivelmente, todas as entrevistas ultrapassaram os estreitos recortes temporais propostos, uma vez que as conversas remetem, não raras vezes, para outros momentos, outros episódios, outros contextos.

As entrevistas a jornalistas da época foram disponibilizadas online, em suporte audiovisual, no Arquivo de Memória Oral das Profissões da Comunicação (AMOPC)², uma plataforma, concebida em 2016, precisamente com o objetivo de reunir este tipo de testemunhos e que surgiu de uma necessidade de resgatar e recuperar vozes plurais com percursos, práticas e saberes profissionais tão amplos quanto possível, muitos deles ausentes dos documentos institucionais. Saliente-se que a equipa de mais de uma dezena de investigadores que integra o AMOPC caracteriza-se pela interdisciplinaridade.

Houve, desde o início, no AMOPC, a preocupação da inclusão dos mais diversos grupos de profissionais: do diretor de informação de um canal de televisão, ao tipógrafo, ao gestor de comunicação, ao jornalista, ao *account* em comunicação, ao diretor do serviço ao cliente, ao revisor, ao assessor de imprensa, ao operador de imagem, ao assessor em gestão e planeamento de eventos, ao *copyright*, ao fotógrafo, ao regente de estúdios, ao professor de Teorias da Comunicação, ao sonoplasta, entre tantos outros. Assim, ao acedermos à plataforma criada, deparamo-nos com uma expressiva variedade de entrevistados, que nos permite olhar e pensar a comunicação (e as suas profissões) de ângulos tão diferentes e, por isso, também tão ricos. Ao integrarem o AMOPC, as memórias dos jornalistas – e, em particular, dos jornalistas que exerceram a profissão durante a revolução – apresentaram-se como um desses ângulos.

Estas entrevistas a jornalistas servem, por si só, de fonte histórica à comunidade académica que queira aprofundar estudos na área, mas também à sociedade civil, que pretenda simplesmente mais conhecimento sobre esta temática, informação que não encontre nos jornais, nos livros, nos arquivos. Encontramo-nos (porque o projeto AMOPC continua a ser desenvolvido e o arquivo a crescer), assim, a constituir um repositório, inédito em Portugal, especializado na recolha de memórias de jornalistas acerca da atividade profissional durante o período revolucionário.

Em paralelo, a equipa realizou um trabalho de análise da temática em estudo (os jornalistas entre 1974 e 1976) a partir do confronto destas fontes orais recolhidas, cruzando-as com a análise de bibliografia existente, com artigos de imprensa da época sobre jornalistas, com a legislação então produzida e documentação existente no Sindicato dos Jornalistas. O propósito foi também a produção de estudos que incluíssem também estas fontes (Figueira & Gomes, 2021).

Entre as múltiplas as questões que marcaram as entrevistas e que estiveram presentes no guião-base das entrevistas, destacamos algumas:

² Website do projeto: <http://amopc.org/>. Projeto sediado na Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa.

Tabela 1. Alguns temas abordados nas entrevistas

O Jornalismo antes e depois do 25 de Abril de 1974
Censura prévia e outras formas de censura
Lutas pela liberdade de Imprensa
Os jornalistas e o combate político
Reivindicações laborais de jornalistas e de outros profissionais da área
Ingresso na profissão
Relação com fontes de informação
Organização e ambiente nas redações
Rotinas, práticas e saberes jornalísticos
Legislação sobre a comunicação social
Casos concretos envolvendo órgãos de informação
Cobertura jornalística de grandes acontecimentos (p. ex. eleições)
Ética e deontologia jornalística
Novos jornais que foram surgindo

Partiu-se de um guião semiestruturado de entrevistas (note-se que todas as entrevistas foram realizadas em suporte audiovisual). Isto é, existiu uma base comum para os vários jornalistas a entrevistar, sendo os guiões depois adaptados às especificidades de cada entrevistado (área de especialização, meio de comunicação, percurso e experiência profissional).

De igual modo, abarcaram-se jornalistas dos vários meios (imprensa, rádio e televisão), com diferentes percursos (jornalistas que à época se encontravam a iniciar a carreira e outros já com um percurso sólido), de diferentes secções de jornais (tentando aferir se, neste período, havia, de facto, uma divisão estanque de áreas de trabalho dos jornalistas), com diferentes cargos nos órgãos de informação e de diferentes regiões do país. Foi assim possível indagar sobre o processo de profissionalização do jornalismo, o reconhecimento deste como um espaço autónomo regulado, e ainda sobre o terreno de partilha e diferenciação com outras áreas da comunicação.

Esta recolha de memórias de jornalistas permite-nos, cremos, compreender as grandes alterações provocadas pelo fim da ditadura e a possibilidade de praticar jornalismo em liberdade, mas também se, eventualmente, existiram continuidades nesse domínio. A comparação com o jornalismo do regime anterior tem sido realizada não só através de algumas entrevistas (alguns dos entrevistados iniciaram-se na profissão ainda em ditadura e sobre essa experiência também falaram) mas igualmente através do confronto com a bibliografia existente e investigações similares já realizadas sobre o Estado Novo. Esperamos, ainda, continuar a contribuir para a reflexão sobre a experiência revolucionária, à qual o jornalista

não foi imune, guiada pela urgência, pautada pelo gesto imediato, face a contínuos perigos iminentes, “prestes a acontecer”.

Finalmente, refira-se que, tendo em conta as características de um projeto desta natureza, constituiu-se uma equipa multidisciplinar, integrando investigadores com formações nas áreas das Ciências da Comunicação, História, Sociologia e Psicologia, o que julgamos contribuir para a realização de entrevistas mais abrangentes, mais ricas e, sobretudo, para melhor captar esse “mundo dos jornalistas”, de que fala Pierre Bourdieu: “um mundo dividido em que há conflitos, concorrências, hostilidades” (1997, p. 16). Recuperando visões e pontos de vistas diferenciados sobre tudo isso.

Conclusões

As ciências sociais, desde a década de sessenta, têm vindo a valorizar a recolha de memória oral, sustentando a sua pertinência epistemológica pela capacidade de dar voz a um leque mais plural de indivíduos e grupos, reconstituir práticas e representações esquecidas ou mesmo silenciadas, favorecendo assim o estudo de novas temáticas, que sem os testemunhos orais dificilmente poderiam ser objeto de pesquisa.

O AMOPC - Arquivo de Memória Oral das Profissões da Comunicação - teve, desde o início, como objetivo, constituir um incentivo e um alicerce de novos temas, novos objetos e novas interpretações nas várias áreas da comunicação, desejando que a memória recolhida e disponibilizada permita a recuperação de visões e pontos de vista diferenciados, contribuindo para uma atividade científica mais plural e democrática.

O projeto, que se desenvolveu entre 2020 e 2021, focando, em concreto, a realidade dos jornalistas que exerceram a profissão entre 1974 e 1976, partiu de premissas semelhantes, mas, justamente, procurou ir além da recolha de memórias, juntando-lhes outras fontes, com o objetivo de dar origem a estudos sobre o tema. Acredita-se que para o estudo da situação profissional dos jornalistas, assim como das rotinas e das práticas jornalísticas durante a transição para a democracia em Portugal (1974-1976), é fundamental recuperar as memórias destes profissionais, mas também analisá-las e cruzá-las com tantas outras fontes. Julgamos que assim – disponibilizando a recolha destas memórias numa plataforma online disponível à comunidade em geral - poderemos contribuir para um melhor conhecimento acerca de uma profissão fundamental no mundo contemporâneo, numa época de viragem histórica em Portugal, após o derrube de uma ditadura de quase cinco décadas.

Bibliografia

- Bourdieu, P. (1997). *Sobre a Televisão*. Celta.
- Briggs, A. & Burke, P. (2006). *Uma História Social da Mídia*. Zahar.
- Burke, P. (2000). *Variedades de história cultural*. Civilização Brasileira.
- Cádima, F. R. (2001). Os «Media» na Revolução (1974-1976). In J. M. Brandão de Brito (Ed.) *O País em Revolução* (pp. 321-358). Editorial Notícias.
- Figueira, J. (2007). *Os jornais como actores políticos. O Diário de Notícias, Expresso e Jornal Novo no Verão Quente de 1975*. MinervaCoimbra.
- Figueira, J. (2010). *Jornalismo em Liberdade*. Almedina.
- Figueira, J. & Gomes, P. M. (2021). O Jornalista na Revolução de Abril. Um profissional novo em construção. *Mediapolis*, nº 13, 91-107.
- Garcia, José Luís (Org.). (2009). *Estudos sobre os Jornalistas Portugueses. Metamorfoses e encruzilhadas no limiar do século XXI*. ICS.
- Gomes, P. M. (2014). *Os Saneamentos Políticos no Diário de Notícias no Verão Quente de 1975*. Alêtheia.
- Gomes, P. M. (2018). Os Jornalistas na Revolução Portuguesa (1974-1975). *Revista Brasileira de História da Mídia*, vol. 7, nº 2 (jul./dez., 2018), 115-133.
- Gomes, P. M. (2021). *A Imprensa na Revolução. Os Novos Jornais e as Lutas políticas de 1975*. INCM.
- Hallin, D. & Mancini, P. (2004). *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics*. Cambridge University Press.
- Lima, H. (2012). *A Imprensa Portuense e os Desafios da Modernização*. Livros Horizonte.
- Maxwell, K. (1980). *The Press and the Rebirth of Iberian Democracy*. Greenwood Press.
- Mesquita, M. (1988). Estratégias liberais e dirigistas na comunicação social de 1974-1975 da comissão ad hoc à Lei de Imprensa. *Revista de Comunicação e Linguagens*, nº 8, 85-113.
- Mesquita, M. (1994). Os Meios de Comunicação Social. In A. Reis (dir.) *Portugal: 20 Anos de Democracia*, (pp. 361-405). Círculo de Leitores.
- Oliveira, L. T. (2010). A História Oral em Portugal. *Sociologia, Problemas e Práticas*, nº63, 139-156.
- Portelli, A. (2013). *A morte de Luigi Trastulli e outros ensaios*. Edições Unipop.
- Rebelo, J. (Org.). (2011). *Ser Jornalista em Portugal – Perfis Sociológicos*. Gradiva.
- Ribeiro, N. (2002). *A Rádio Renascença e o 25 de Abril*. Universidade Católica Editora.
- Tengarrinha, J. (2013). *Nova História da Imprensa portuguesa: das origens a 1865*. Temas e Debates.
- Thomson, A. (1997). Recompondo a memória: questões sobre a relação entre a história oral e as memórias. *Projecto História*, nº 15, 51-84.
- Tuchman, G. (1978). *Making News. A Study in the Construction of Reality*. The Free Press.
- Traverso, E. (2012). *O passado, modos de usar*. Edições Unipop.

História da imprensa

Duas Pátrias: Revista Documentário Luso-Brasileira **[1954-1958]: um panegírico à ordem estabelecida¹**

Jorge Pedro Sousa

Universidade Fernando Pessoa • ICNOVA – Instituto de Comunicação da NOVA

jpsousa@ufp.edu.pt

Monica Martinez

Universidade de Sorocaba

monica.martinez@prof.uniso.br

Resumo: A revista *Duas Pátrias*, impressa, entre 1954 e 1958, em Lisboa, mas com sedes na capital portuguesa, no Rio de Janeiro e em São Paulo, foi uma publicação luso-brasileira que se insere na história, iniciada no século XIX, da publicação de periódicos portugueses, brasileiros e luso-brasileiros que circularam em Portugal e no Brasil e contribuíram para as relações culturais entre ambos os países. Neste artigo apresenta-se essa publicação e analisam-se os seus conteúdos, por meio de uma abordagem quanti-qualitativa. Constatou-se que a revista contribuiu, simbolicamente, para a solidificação da ordem social vigente e refletiu os pontos de vista dos governos dos dois países. Verificou-se, em acréscimo, que a revista valorizou personalidades das elites portuguesas, brasileiras e luso-brasileiras, seu público-alvo, e as suas realizações e empreendimentos, principalmente do setor comercial e industrial.

Palavras-chave: *Duas Pátrias: Revista Documentário Luso-Brasileira*; história da imprensa luso-brasileira; revistas luso-brasileiras.

Introdução

Apontando, simbolicamente, no título, para as estreitas relações entre Portugal e o Brasil, *Duas Pátrias: Revista Documentário Luso-Brasileira*² foi lançada, em julho de 1954, em Lisboa e em São Paulo, pelo empresário luso-brasileiro Joaquim António Matias. No Brasil, Getúlio Vargas vivia os últimos dias da sua segunda presidência; em Portugal, Salazar liderava o regime autoritário e corporativista do Estado Novo. Se bem que a ordem política portuguesa não se tivesse alterado entre 1954 e 1958, anos que limitam a presente pesquisa, o Brasil teve mudanças. O Presidente Café Filho, vice-presidente de Getúlio Vargas, assumiu a Presidência, depois do suicídio de Vargas, em 1954. Em 1955, Juscelino Kubitschek foi eleito Presidente e implementou uma política de industrialização conhecida por Desenvolvimentismo, sob o lema “50 anos em 5”. A nova capital federal, Brasília,

¹ Uma versão deste texto foi publicada com a seguinte referência: Sousa, J. P. & Martinez, M. (2025). *Duas Pátrias: Revista Documentário Luso-Brasileira* [1954-1958] – Um discurso laudatório à ordem estabelecida. *Contemporanea – Revista de Comunicação e Cultura*, 23(1), artigo 66999. <https://doi.org/10.9771/contemporanea.v23i1.66999> | <https://periodicos.ufba.br/index.php/contemporaneaposcom/article/view/66999>

² Disponível online: <https://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/periodicos/DuasPatrias/DuasPatrias.htm>

símbolo da nova política, foi inaugurada em 1960. No mundo, vivia-se a Guerra Fria, mas também se desenvolviam os processos de emancipação dos povos e descolonização, aos quais o Portugal salazarista resistia. Nesse contexto, o movimento pelos Direitos Cívicos, nos Estados Unidos, adquiria protagonismo.

A revista *Duas Pátrias* insere-se numa longa tradição, nascida no século XIX, de publicação de periódicos informativos impressos alicerçados em Portugal e no Brasil (vd. por exemplo: Bahia, 1990; Romancini, Lago, 2007; Martins, Luca, 2008; Sodré, 2011; Tengarrinha, 2013; Cavaco, 2017; Luca, 2018; Silva, 2018; Sousa, 2022). Entre esses periódicos, as revistas tiveram um papel relevante no desenvolvimento de relações culturais entre Portugal e o Brasil (Schiavon, 2008; Müller, 2011; Assunção, 2015; Ribeiro, 2017; Lopes, 2021; Lucas, 2022). Se bem que as revistas possam ser estudadas desde uma perspetiva macroscópica e conjunta, inseridas em histórias da imprensa e do jornalismo (por exemplo, Bahia, 1990; Sodré, 2011; Tengarrinha, 2013; Sousa, 2022) ou em obras dedicadas (por exemplo, Martins, 2001; Cavaco, 2017), também podem ser objeto de relevantes estudos individualizados, uma abordagem ensaiada já por vários autores e autoras, que, em certos casos, cruza um recorte comunicacional com a micro-história cultural e com abordagens histórico-descritivas (por exemplo Luca, 2018; Silva, 2018; Lucas, 2022).

Este artigo tem por objetivos responder às seguintes perguntas de pesquisa, considerando o contexto histórico do período 1954-1958: como se apresentava a revista *Duas Pátrias*, com raízes simultâneas em Portugal e no Brasil? Quem foram os seus responsáveis e colaboradores? Quanto custava? Qual foi a sua proposta editorial, considerando que no seu próprio título se referia a “duas pátrias”? Que conteúdos ofereceu aos seus leitores e o que, considerando os conteúdos, se pode presumir do público-alvo? Privilegiou, nos conteúdos, algum dos países, ou enfatizou conteúdos que respeitaram, simultaneamente, aos dois países? Quais foram as ideias que defendeu e que enquadramentos deu às singularidades da realidade coeva que cobriu?

Para responder às perguntas norteadoras da pesquisa, fez-se uma descrição sistemática dos dados recolhidos da publicação, sintetizados em quadros, e uma descrição qualitativa de conteúdos e sequências discursivas relevantes do tom da revista, tidos pelos autores como casos notáveis (amostragem arbitrária por casos notáveis sucessivos, conforme sugere Scheufele, 2008a). Considerando-se, ainda, as potencialidades da abordagem quantitativa para apresentação e análise sistemática e global dos conteúdos de um periódico (Wimmer, Dominick, 1996; Scheufele, 2008b), realizou-se uma análise quantitativa do conteúdo da revista, considerando o tema das peças e o foco nacional das mesmas, complementada com uma análise de conteúdo das fotografias, com categorias definidas *a priori*. Os resultados desta análise expressaram-se por frequência absoluta (valores absolutos) e por frequência relativa (percentagens) e sistematizaram-se em tabelas, conforme sugerem Wimmer e Dominick (1996, p. 174-191) e Scheufele (2008b).

1. As revistas no quadro das relações culturais luso-brasileiras

Duas Pátrias faz parte de uma lista longa de publicações periódicas fincadas em Portugal e no Brasil ou que apelam, inclusivamente nos títulos, a um imaginário luso-brasileiro, em grande medida por causa da partilha de uma história e de uma língua, tal como se assinalava na revista ilustrada enciclopédica portuguesa *Arquivo Pitoresco: Semanário Ilustrado* [1857-1868], que queria ser “útil ou agradável” a ambos os países e era financiada pela Sociedade Madrépora³, fundada por luso-brasileiros, no Rio de Janeiro, em 1858, em torno do periódico carioca *Madrépora Portuguesa*. Suzana Cavaco (2017), por exemplo, inventariou 81 periódicos portugueses que, entre 1825 e 1914, invocaram o Brasil no título ou no subtítulo⁴. Assim,

Na história das relações luso-brasileiras, a imprensa desempenhou papel de destaque ao longo do século XIX e início do XX, na consolidação das trocas culturais entre Brasil e Portugal, mediadas por escritores, jornalistas e editores de ambos os países. Diários cariocas (...) e periódicos portugueses que circularam no Brasil (...) foram instrumentos que atuaram na consolidação de “múltiplas (...) cumplicidades jornalísticas”. (Azevedo, 2020, p. 97, citando, parcialmente, Silva, 2018, p. 276)

O *Correio Braziliense ou Armazém Literário* [1808-1822], do publicista luso-brasileiro Hipólito José da Costa, consta das histórias da imprensa e do jornalismo em Portugal (por exemplo, Tengarrinha, 2013; Sousa, 2022) como um periódico luso-brasileiro – o primeiro. Mas na tradição dos estudos do jornalismo brasileiro, o *Correio Braziliense* é comumente considerado o marco inicial do jornalismo no Brasil, por ter sido lançado em Londres em 1.º de junho de 1808, três meses antes da *Gazeta do Rio de Janeiro* [1808-1822], o primeiro periódico publicado em território brasileiro, logo após a chegada da família real (por exemplo, Sodré, 2011, p. 44-45). Efetivamente, a transferência da corte portuguesa, fugida das forças invasoras francesas, para o Rio de Janeiro, impulsionou a criação desse periódico, que cumpriu as funções de jornal oficial de Portugal e do Brasil. Foi redigido por Frei Tibúrcio José da Rocha entre sua fundação e 1812.

³ A Sociedade Madrépora tinha por fins estatutários: 1.º Distribuir gratuitamente pelo povo jornais de literatura, de ciências e artes liberais e mecânicas. 2.º Auxiliar à impressão de livros de reconhecido merecimento. 3.º Gratificar com prémios (...) artistas (...). 4.º Tornar conhecidos condignamente os (...) homens ilustres (...). [Coleção de Leis do Império do Brasil, Vol. 1. 1863, p. 211.]

⁴ Casos dos seguintes, a título de exemplo: *Telescópio Brasiliense nos Açores ou o Brasileiro Emigrado* [1833]; *O Brasileiro em Lisboa* [1837]; *Almanaque de Lembranças Luso-Brasileiro* [1855-1871]; *Diário Mercantil: Político, Literário, Industrial e Agrícola de Portugal e do Brasil* [1861-1872], que sucedeu ao *Amigo do Povo: Jornal Comercial, Político, Literário e Agrícola* [1860]; *Correio de Lisboa: Folha Noticiosa, Comercial da Última Hora para o Norte do Brasil* [1871-1873]; *Notícias de Portugal: Publicação Dedicada ao Império do Brasil* [1878]; *Mestre Popular: publicação Linguística, Semanal Dedicada à Instrução de Todas as Classes, Adequada ao Uso dos Portugueses e Brasileiros* [1878]; *Biblioteca do Povo e das Escolas: Propaganda de Instrução para Portugueses e Brasileiros* [1881-1912]; *Biblioteca do Pobre: Leitura Instrutiva Dedicada às Classes Trabalhadoras de Portugal e Brasil* [1886]; *Correio de Portugal: Jornal Dedicado à Colónia Portuguesa no Brasil* [1904-1911].

Depois desses e até 1954, ano da fundação da revista *Duas Pátrias*, outros periódicos podem considerar-se luso-brasileiristas, casos das seguintes publicações:

- *Ilustração Luso-Brasileira: Jornal Universal*⁵ [1856-1859], publicada em Lisboa e dirigida pelo editor português António José Fernandes Lopes;
- *Doze de Agosto: Revista Luso-Brasileira*, editada pelo *Doze de Agosto: Jornal da Tarde* [1856-1866], dirigida por Albano Afonso de Almeida Coutinho e publicada em Lisboa;
- *O Correio da Europa: Revista Mensal Não Política, Essencialmente Noticiosa para as Províncias Ultramarinas e Brasil* [1857-1859], publicada em Lisboa e editada por Carlos José Caldeira e Luís Filipe Leite;
- *Revista Contemporânea de Portugal e Brasil*⁶ [1859-1865], publicada em Lisboa e dirigida pelo jornalista e dramaturgo português Ernesto Biester;
- *O Futuro* [1862-1863], publicação literária publicada no Rio de Janeiro e dirigida pelo jornalista e escritor luso-brasileiro Faustino Xavier de Novaes;
- *Correspondência de Portugal: Jornal de Notícias Portuguesas e Estrangeiras*, folha de periodicidade irregular, mas que procurava ser quinzenal, dirigida por Filipe Augusto de Sousa Carvalho [1862-1887], concebida para ser enviada para o Brasil e outros países e territórios, da qual emanou a revista *Mala da Europa* [1866-1872], com idêntico fim;
- *O Correio da Europa: Jornal Político, Comercial e Noticioso* [1867-1868], sucessor da revista *Doze de Agosto*, igualmente dirigido por Albano Afonso de Almeida Coutinho e publicado em Lisboa;
- *A América* [1868-1871], revista mensal subsidiária do jornal *Correspondência de Portugal* que se designava *Órgão Ante os Poderes Públicos de Portugal, dos Interesses Portugueses no Brasil e no Rio de Prata*, dirigida por J. J. Lampreia de Sá Camelo, com a colaboração regular do escritor, historiador e político português José da Silva Mendes Leal Júnior;
- *O Atlântico: Folha Comercial, Literária e Noticiosa* [1880-1897], jornal explorado pela empresa do *Jornal da Noite* e dirigido por António Guilherme Ferreira de Castro, destinado, tal como o *Correspondência de Portugal* e o *Correio da Europa*, a seguir nos paquetes transatlânticos para o Brasil e outros países e territórios;
- *Edição Quinzenal Ilustrada do Jornal do Brasil* [1897-1898], revista ilustrada criada no âmbito do projeto de expansão do *Jornal do Brasil* para o mercado português, que teve por redator-chefe Fernando Mendes de Almeida e por diretores os jornalistas e escritores portugueses Jaime Vítor, radicado no Brasil, e Visconde de São

⁵ Disponível online: <https://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/OBRAS/IlustrLusoBrasil/IlustracaoLusoBrasileira.htm>

⁶ Disponível online: <https://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/Periodicos/RevistaContemporanea/Revistacontemporanea.htm>

Boaventura, então residente em Portugal, mas que, no Brasil, tinha fundado os jornais *República das Letras* (1876) e *Diário Mercantil de São Paulo* (1884);

- *Brasil-Portugal*⁷ [1899-1914], revista publicada em Lisboa, dirigida pelo jornalista e militar português Augusto de Castilho, pelo escritor e jornalista português Jaime Vítor, radicado no Rio de Janeiro, e pelo jornalista e escritor português Lorjó Tavares;

- *O Brasil: Órgão dos Interesses Brasileiros em Portugal*⁸ [1913-1914], publicado em Lisboa e dirigido por José Pereira Cardoso Júnior;

- *Atlântida, Mensário Artístico, Literário e Social para Portugal e Brasil*⁹ [1915-1920], dirigida pelo pedagogo e jornalista português João de Barros e pelo jornalista e escritor brasileiro João do Rio, tendo circulado nos dois países;

- *A Águia*, edição no Brasil [1920-1921], dirigida pelo jornalista e editor português Álvaro Pinto, então radicado no Rio de Janeiro, e pelo jornalista e pensador português António Sérgio;

- *Terra de Sol: Revista de Arte e Pensamento* [1924-1925], igualmente dirigida pelo editor português Álvaro Pinto e pelo escritor brasileiro Tasso da Silveira, publicada no Rio de Janeiro;

- *Revista Portuguesa* [1930-1937], editada pela Câmara Portuguesa de Comércio de São Paulo e pelo Clube Português;

- *Atlântico: Revista Luso-Brasileira*¹⁰ [1942-1950], publicação conjunta do Secretariado Nacional de Informação português e do Departamento de Imprensa e Propaganda brasileiro, publicada no Rio de Janeiro e em Lisboa, dirigida por António Ferro, jornalista e diretor do Secretariado da Propaganda Nacional¹¹, de Portugal [1933-1949], e pelo jornalista e diretor do Departamento de Propaganda e Difusão Cultural¹² do Brasil, Lourival Fontes¹³, tendo o escritor português luso-brasileirista José Osório de Oliveira [1900-1964] como secretário de redação.

Em 1949, foi lançado por Júlio Caldas, imigrante português no Brasil, no Rio de Janeiro, o semanário *O Mundo Português*, publicado, pelo menos, até 2003¹⁴. Correspondem esses projetos editoriais comuns ao que Carla Patrícia Silva Ribeiro (2017, p. 47) considera ser a

procura, por intelectuais portugueses e brasileiros, de uma reaproximação entre os dois países, através de um discurso que dava ênfase à ideia de continuidade entre Brasil e Portugal, uma vida histórica comum, um passado compartilhado, valorizan-

⁷ Disponível online: <https://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/OBRAS/BrasilPortugal/BrasilPortugal.htm>

⁸ Disponível online: <https://purl.pt/24489>

⁹ Disponível online: <https://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/OBRAS/Atlantida/Atlantida.htm>

¹⁰ Disponível online: https://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/Periodicos/Atlantico_RevistaLusoBrasileira/Atlantico.htm

¹¹ Redenominado, posteriormente, Secretariado Nacional de Informação.

¹² Redenominado Departamento Nacional de Propaganda e, depois, Departamento de Imprensa e Propaganda.

¹³ Foi, mais tarde, chefe do Gabinete Civil do Presidente Vargas [1951-1954]

¹⁴ Ano do último exemplar registado na Biblioteca Nacional do Brasil (a Biblioteca Nacional de Portugal não possui exemplares).

do-se a participação do legado lusitano na construção cultural e político-administrativa do Brasil.

A revista *A Ilustração*¹⁵ [1884-1892], estudada em profundidade por Tânia Regina de Luca (2018), é um caso particular. Foi congeminaada e lançada pelo empresário português Elísio Mendes, que vivia entre Lisboa e o Rio de Janeiro, um dos proprietários do diário carioca *Gazeta de Notícias*, que contava com colaboradores portugueses como os escritores Eça de Queirós e Ramalho Ortigão e o jornalista português Eduardo Schwalbach, que veio a ser diretor do *Diário de Notícias*. A revista, dirigida pelo jornalista português Mariano Pina, que mais tarde rompeu com Mendes e se tornou editor e proprietário da publicação, era redigida e impressa em Paris, sendo, depois, remetida por transporte marítimo para Portugal e para o Brasil. Com apenas 16 anos, o poeta brasileiro Casimiro de Abreu tornou-se colaborador da revista, aproveitando a oportunidade de ter seu nome conhecido no Brasil e em Portugal, lado a lado com escritores já consagrados (Sant'Anna, 2008, p. 5).

Outro caso particular é o de uma revista académica portuguesa dedicada ao Brasil. Trata-se de *Brasília*, editada pelo Instituto de Estudos Brasileiros da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, entre 1942 e 1968. Para Assunção (2015, p. 285), Portugal e Brasil não viam mais sentido na sustentação da dicotomia ex-metrópole e ex-colónia, buscando fundamentar as relações numa suposta comunidade ligada pela história e língua comuns.

Também vultos do jornalismo e da cultura portuguesa trabalharam nos dois países. Além dos nomes já citados, podem contabilizar-se o jornalista satírico e caricaturista Rafael Bordalo Pinheiro, que viveu no Brasil entre 1875 e 1879, trabalhando para a revista humorística *O Mosquito* e editando as revistas *Psit!* [1877] e *O Besouro* [1878 -1879]; e o jornalista Carlos Malheiro Dias, diretor da revista semanal ilustrada *Ilustração Portuguesa*, entre 1903 e 1912, que, no Brasil, dirigiu a revista *O Cruzeiro*, entre 1928 e 1933. Outros indivíduos das elites culturais e jornalísticas portuguesas e brasileiras circularam entre Portugal e o Brasil, devendo destacar-se o caso de António Ferro, cuja ação na direção do Secretariado de Propaganda Nacional levou à celebração do Acordo Cultural Luso-Brasileiro [1941], do Convénio Cultural Luso-Brasileiro [1948], que reformulou o anterior acordo, de um Acordo de Cooperação Intelectual entre Portugal e Brasil [1948] e ainda à tentativa de implantação, se bem que com insucesso, de uma campanha de lusitanidade no Brasil [1942] (Ribeiro, 2017). Ferro, aliás, conhecia o Brasil, país que visitou longamente em várias ocasiões.

As publicações luso-brasileiras ou luso-brasileiristas contribuíram, certamente, para as relações culturais entre Portugal e o Brasil. Mas o relacionamento cultural entre os dois

¹⁵ Alguns números disponíveis online: <https://purl.pt/24301>

países passou, também, pela difusão de revistas e livros portugueses no Brasil, para abastecerem as elites dos imigrantes portugueses e das letras brasileiras; pela participação de Portugal nas celebrações do Quarto Centenário do Descobrimento (1900), nas comemorações do Centenário da Abertura dos Portos Brasileiros ao Comércio Exterior (1908) e no Primeiro Centenário da Independência (1922), efeméride que motivou a primeira visita de um Presidente português ao Brasil, protagonizada por António José de Almeida, que retribui, aliás, a visita do Presidente do Brasil, Epitácio Pessoa, a Portugal. Na oportunidade, António José de Almeida assinou vários tratados com o seu homólogo brasileiro, nomeadamente o da dupla nacionalidade, outro sobre propriedade artística e literária outro para a troca de malas diplomáticas e ainda um acordo que previa a redução de taxas postais na permuta de livros e jornais dos dois países, “diplomas que, em conjunto, impulsionaram o intercâmbio da produção literária luso-brasileira” (Ribeiro, 2017, p. 49). O Governo português empenhou-se, aliás, em ter uma representação na Exposição Internacional do Centenário da Independência, no Rio de Janeiro, no mesmo ano. A criação da cadeira de Estudos Brasileiros, na Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, em 1916, também não é alheia ao esforço de aproximação cultural e intelectual entre os dois países.

A tomada do poder por Getúlio Vargas, no Brasil, na sequência da Revolução de 1930, que pôs fim à República Velha, ao mesmo tempo em que a Ditadura Nacional em Portugal, liderada por Salazar, se fortalecia, intensificou a cooperação cultural entre ambos os países. Num quadro de avanço dos regimes autoritários por todo o mundo, o Estado Novo português, proclamado em 1933, terá servido de inspiração a Vargas, que proclamou o Estado Novo brasileiro, em 1937, na sequência de um golpe de Estado protagonizado pelo próprio. Ambos os “Estados Novos” comungaram, inclusivamente, da mesma base autoritária e corporativa, que contrapunha a colaboração de classes à luta de classes marxista, e procuraram o apoio um do outro, inclusivamente no plano cultural (Santos, Amorim, 2010, p. 127). Data desse período, por exemplo, a institucionalização do Instituto Luso-Brasileiro de Alta Cultura (1934).

O Tratado de Amizade e Consulta entre Portugal e o Brasil foi celebrado em 1953. Getúlio Vargas, que renunciou à Presidência do Brasil, em 1945, perante a iminência de um golpe de Estado, tinha regressado ao poder, em 1951, desta vez por eleição; e em Portugal, Salazar continuava a liderar o Estado Novo.

O suicídio de Getúlio Vargas, em 24 de agosto de 1954, teria repercussões que transcenderiam o cenário político interno do Brasil e afetariam suas relações com outros países, incluindo Portugal. A morte de Vargas foi um evento altamente simbólico, consolidando-o como uma figura mítica no imaginário popular brasileiro, o que reforçou certos aspectos de sua política nacionalista e, sobretudo, trabalhista. Sua morte interrompeu, em alguma medida, a política externa que promovia a aproximação com Portugal, visando fortalecer laços culturais e económicos, ao mesmo tempo em que sua saída de cena marcou uma

mudança de rumo político que, eventualmente, contribuiu para o ambiente de instabilidade que levaria ao golpe militar de 1964 (Cruz, Gonçalves, Delgado, 2020). A visita do Presidente português, Craveiro Lopes, ao Brasil, em junho de 1957, não reverteu a situação.

No momento em que a revista *Duas Pátrias* iniciou a publicação, em 1954, os dois países tinham, portanto, um lastro de colaboração cultural e intelectual, intensificada pela colaboração política entre os governos de Vargas e Salazar e pela imprensa. Nesse quadro, conforme se realçou anteriormente, as revistas assumiram protagonismo.

2. Tensões e disputas em torno do imaginário luso-brasileiro

O imaginário das relações entre Portugal e o Brasil emergiu de mais de três séculos de colonização portuguesa do território brasileiro e de mais de dois séculos de relacionamento entre estados independentes cujos povos falam a mesma língua e que, durante dezenas de anos, no século XIX, tiveram mesmo na chefia dos respectivos estados monarcas da mesma família. As representações escritas desse imaginário encontram-se em livros, revistas, jornais e outros periódicos mas também, por exemplo, nos tratados celebrados entre os dois países e noutros documentos. As revistas, em particular, foram um dos palcos das interações culturais e intelectuais entre os dois povos, caracterizadas por elementos de aproximação, mas também de rejeição (Alves, 2009; Ribeiro, 2017).

Por um lado, o Brasil tem, para Portugal, uma dimensão simbólica que contribui para o imaginário de grandeza da Nação (Ribeiro, 2017, p. 46). Portugal revê-se na sua associação ao nascimento de um país gigante, o país que congrega mais falantes de português, mas também tem interesse estratégico de, por intermédio do Brasil, ter uma presença relevante nos palcos internacionais. Esse interesse, durante a Era Vargas, tempo em que surgiu a revista *Duas Pátrias*, desembocou na articulação de um “bloco luso-brasileiro” acarinhado pelo Presidente do Brasil, que defendia um tratamento diferenciado e privilegiado com Portugal, e por Salazar (Martins, Faria, 2006, p. 267), num tempo em que os dois países “desenvolviam políticas públicas direcionadas para a valorização da nacionalidade, apoiadas em determinadas concepções de história, que procuravam, através do passado, legitimar o presente” (Schiavon, 2008, s/p). No mesmo sentido, escreve Carla Patrícia Silva Ribeiro (2017, p. 46): “para o Portugal de Salazar, o Brasil representava uma constante na sua política externa, desde sempre percecionado como um prolongamento da matriz cultural lusa, procurando consagrar-se a ideia do luso-brasileirismo, uma aliança natural entre as duas nações” que partilhavam uma língua e uma história comum ao longo de mais de três séculos. Aliás, foi “a cultura a dar sustentabilidade à criação de laços mais fortes entre Portugal e o Brasil” (Baltazar, 2006, p. 247). Por isso, Portugal empenhou-se, ao tempo, na assinatura de acordos culturais e políticos entre os dois países e na implantação de projetos assentes na concepção do

luso-brasileirismo, como a já citada campanha de lusitanidade no Brasil, congeminada por António Ferro, em 1942.

Por outro lado, tal como escreve Marcello Assunção (2015, p. 238), “as relações luso-brasileiras (...) foram demarcadas tanto pela lusofilia, no seio do campo cultural, quanto pelo anti-lusitanismo”. O anti-lusitanismo, aliás, expressa-se até hoje nas ideias de que Portugal roubou o ouro do Brasil e é responsável histórico por parte significativa dos males de que o Brasil padece. Consequentemente, o ensaísta português Eduardo Lourenço (1999, pp. 135-144; 155-160) não hesitou em considerar o luso-brasileirismo um mito inventado e cultivado sobretudo em Portugal, um país que alimentaria um imaginário sobre o Brasil voltado, saudosisticamente, para um passado idealizado. No mesmo sentido, o escritor e diplomata Alberto da Costa e Silva (2023, p. 23-25) identifica o luso-brasileirismo apenas com uma série de equívocos bem-intencionados e afetuosos.

Do ponto de vista brasileiro, a colonização portuguesa resultou na fusão de culturas indígenas e europeias, e, posteriormente, africanas. Como dizem Schwarcz e Starling (2015, p. 15), de “tanto misturar cores e costumes, fizemos da mestiçagem uma espécie de representação nacional”. Esse processo gerou um sincretismo cultural evidente em diversas manifestações, como na música (samba, bossa nova), nas danças (forró, frevo) e nas festas populares (carnaval). Essa mescla deu origem a uma sociedade caracterizada por “ritmos, artes, esportes, aromas, culinárias e literaturas mistas” (Schwarcz, Starling, 2015, p. 15). Contudo, no contexto atual de polarização global, essa diversidade, outrora valorizada como uma qualidade distintiva, tem sido, frequentemente, desvalorizada.

Religiosamente, a colonização estabeleceu o catolicismo como a crença predominante, que se entrelaçou com as tradições indígenas e, mais tarde, africanas. Essa diversidade religiosa, que tem enfrentado desafios, como o crescimento do fundamentalismo neoevangélico, é uma característica essencial da identidade brasileira e já se manifestava na época da revista *Duas Pátrias*. Como diz Del Priore (2006, p. 22), “a colonização consistiu em uma verdadeira cruzada espiritual que tinha por objetivo regulamentar o cotidiano das pessoas pela orientação ética, pela catequese e pela educação espiritual”. Como em Portugal, o sermão dominical e a prática da confissão desempenhavam um papel central na vigilância sobre a organização familiar e no controle da sexualidade, especialmente a feminina. Além disso, a colonização e a exploração económica, juntamente com a escravização de povos africanos – o Brasil recebeu 40% dos africanos escravizados para trabalhar nas colónias agrícolas da América portuguesa –, geraram profundas desigualdades sociais que continuam a impactar a sociedade brasileira (Starling, Schwarcz, 2015, p. 15). Essa realidade molda a identidade nacional, refletindo os desafios e tensões sociais que persistem até hoje.

3. Revista *Duas Pátrias*

A revista *Duas Pátrias* terá sido publicada entre 1954 e 1958. Segundo os registos e exemplares encontrados¹⁶, publicaram-se quatro números, anualmente¹⁷, com exceção do número 2, que abarca os anos de 1955 e 1956. Foi editada, simultaneamente, em Lisboa e em São Paulo, pelo empresário luso-brasileiro Joaquim António Matias, que contou com o apoio de brasileiros e portugueses no Brasil, conforme se reconhece no editorial do primeiro número¹⁸. Tinha uma dimensão de 25 x 30 centímetros, apresentando, por número, uma quantidade variável de páginas e oscilação de preço (cf. quadro 1). Foi congeminada, mas provavelmente nunca lograda, a publicação mensal da revista¹⁹, conforme se previa no número de 1957.

No editorial do primeiro número, protesta-se o serviço da revista “à causa comum de Portugal e do Brasil”, sempre “na veneração, respeito e devotamento à causa sagrada das *Duas Pátrias*”. Escreve-se nessa matéria: “Queremos contribuir com a nossa quota-parte para que a continuidade histórica luso-brasileira seja cada vez mais integral, para a legarmos aos vindouros numa coroa que é Portugal e Brasil”²⁰.

Quer o título quer as suas capas – idênticas em três [1954, 1955-1956 e 1958] dos quatro números publicados da revista *Duas Pátrias* – apelam à ideia de forte ligação ou mesmo irmandade entre Portugal e o Brasil (cf. figura 1), reforçada, na folha de rosto do primeiro número, por uma citação do poeta, político e diplomata brasileiro Olegário Mariano, que exercia o cargo de embaixador brasileiro em Portugal: “Não há duas Pátrias, há uma só Pátria, à sombra de duas bandeiras”. Os brasões de ambos os países que surgem nas três capas referidas, sobressaindo sobre fundo negro, com o português a sobrepor-se, ligeiramente, ao brasileiro, são fortalecidos pelo lema, que surge numa espécie de listel: “Estas são as pátrias muito amadas” (cf. figura 1). Há, igualmente, uma referência – também no listel – aos anos da “fundação” de ambos os países: 1140, Portugal; e 1500, Brasil (cf. figura 1). Aliás, tanto o brasão republicano brasileiro quanto o português compartilham uma paleta de cores similar, utilizando os mesmos tons de amarelo, azul e vermelho. A ausência do verde no brasão português é compensada pela escolha desta cor para o título da revista, estabelecendo um diálogo visual.

¹⁶ A Biblioteca Nacional do Brasil não conserva exemplares. A Biblioteca Nacional de Portugal possui, somente, o número de 1954. A Hemeroteca Municipal de Lisboa conserva os quatro números aqui estudados.

¹⁷ Os primeiros dois números propõem um preço de assinatura anual de três números (cf. quadro 1), mas não se encontraram vestígios de que tivessem sido publicados mais do que os quatro números anuais (um deles duplo) estudados neste artigo, nem nas bibliotecas públicas nem em alfarrabistas/sebos. A publicação de mais do que um número anual com a cobrança de assinaturas correspondente (cf. quadro 1) não terá passado de uma ideia que os editores terão sido incapazes de concretizar.

¹⁸ *Duas Pátrias*, n. 1, jul. 1954, p. 21.

¹⁹ *Duas Pátrias*, ano IV, n. 1, p. 71.

²⁰ *Duas Pátrias*, n.º 1, julho de 1954, p. 21.



Figura 1. Capa do primeiro número da revista *Duas Pátrias* [Julho de 1954].
Fonte: reprodução do original.

O terceiro número da revista homenageia o aviador Santos Dumont, “glória universal”, cujo retrato é publicado em sépia, na capa, preenchendo-a na totalidade, a ponto de o título da revista e de o tema do número serem sobrepostos ao próprio retrato (cf. figura 2). A assinatura desse pioneiro da aviação aparece no fundo da capa, à direita, certificando o retrato (cf. figura 2). O tom sépia, comum nas fotografias do século XIX e do início do século XX, conota a capa da revista com a recuperação da memória histórica de Santos Dumont.

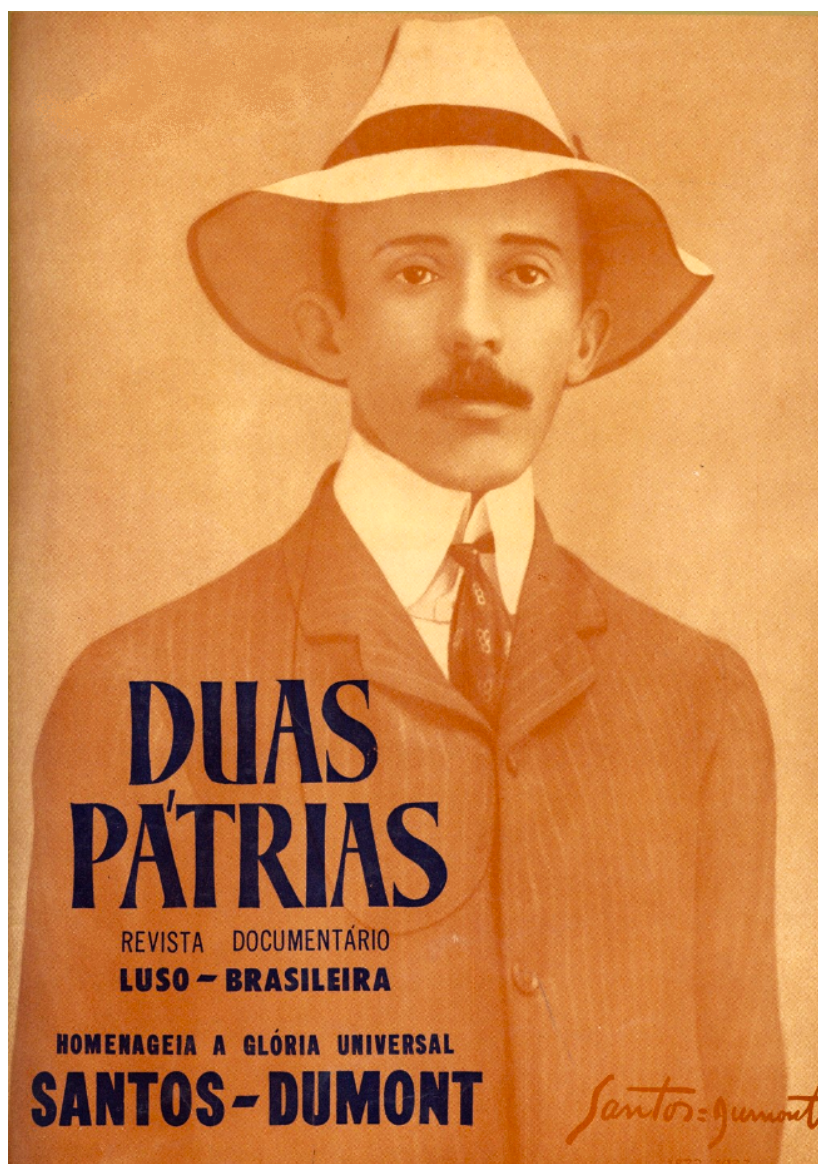


Figura 2. Capa do terceiro número da revista *Duas Pátrias* [1957].
Fonte: reprodução do original.

A quantidade de páginas dos diversos números da revista é variável (cf. quadro 1). O número de páginas decresce, continuamente, até ao terceiro número, aumentando, esporadicamente, no quarto e último número. O preço é idêntico no primeiro e no segundo número, decrescendo no terceiro (em que o número de páginas decresce) e aumentando, ligeiramente, no quarto e último número, associável ao aumento do número de páginas (cf. quadro 1). Os dados recolhidos sugerem que a revista, provavelmente, não teve o êxito esperado. Aliás, o segundo número é duplo, compreendendo dois anos, reforçando a ideia de insucesso. Possivelmente, as mudanças políticas decorrentes do suicídio do Presidente Vargas terão contribuído para as transformações numa revista planeada para unir, simbolicamente, Portugal e o Brasil.

Quadro 1. Evolução do número de páginas e preços da revista *Duas Pátrias*.
Fonte: elaborado pelo autor e pela autora.

Número da revista	Páginas	Preço em Portugal (escudos)	Preço no Brasil (cruzeiros)	Preço da assinatura anual (só no Brasil), em cruzeiros
1 [1954]	193 Acresce capa, verso, rosto e contracapa.	50	100	250 (três números)
2 [1955-1956]	145 Acresce capa, verso, rosto e contracapa.	50	100	250 (três números)
3 [1957]	105 Acresce capa, verso, rosto e contracapa.	20	50	[Omisso.]
4 [1958]	133 Acresce capa, verso, rosto e contracapa.	30	60	[Omisso]

A responsabilidade pela revista foi instável, de acordo com os dados recolhidos (cf. quadro 2). O proprietário da revista (que acumulou sempre com a sua direcção técnica) manteve-se, tal como a administradora, a escritora Dolores Montenegro Garcia Matias, eventualmente aparentada com o proprietário. Mas a direcção editorial da publicação foi mudando. No primeiro número, a revista apresenta um diretor e um chefe de redacção portugueses, o historiador e político²¹ António do Valle Domingues e o diplomata Joaquim Maia Águas (grafado como Joaquim Maria Águas no primeiro número), membro da Legião Portuguesa e militante da União Nacional, partido único do regime salazarista. Este último é promovido a diretor a partir do segundo número, em que é mencionado, igualmente, um diretor de Propaganda e Expansão (Adolfo de Bourbon e Barbosa). Nos terceiro e

²¹ Presidente da Comissão Concelhia da União Nacional em Oeiras e cônsul do Chile em Lisboa.

quarto números, são três os nomes na direção da revista: o médico Raul Baeta Henriques, dirigente da União Nacional em Portugal; Joaquim Maia Águas, já referido; e o jornalista e historiador português Augusto Krusse Afflalo²², residente no Brasil, sendo que este último surge como diretor-adjunto no número três e junta-se aos restantes dois diretores no número 4, num “Corpo Diretivo”. Alguns nomes foram mal grafados, o que denota falta de cuidado na composição, eventual ausência de revisão e, portanto, um certo amadorismo. Da panóplia de nomes, releva-se a ligação de três deles à União Nacional, partido único em Portugal. O proprietário da revista seria, certamente, um indivíduo afeto à “Situação” em Portugal e no Brasil, conforme se dizia ao tempo, com ligações a personalidades políticas lusas e brasileiras.

As sedes da revista também oscilam (cf. quadro 2). O número 2, por exemplo, é omissa em relação a qualquer sede em Portugal. E a sede no Brasil oscila entre o Rio e São Paulo.

A impressão dos quatro números foi realizada em Lisboa.

Quadro 2. Direção e dados administrativos da revista.
Fonte: elaborado pelo autor e pela autora.

Número da revista	Propriedade	Direção	Administradora	Sede	Local de impressão
1 [1954]	Joaquim António Matias (acumulando com o cargo de diretor técnico)	António do Valle Domingues (diretor em Portugal) Joaquim Maria (sic) Águas (chefe de redação)	Dolores Montenegro Matias	Lisboa e São Paulo	Lisboa
2 [1955-1956]	Joaquim António Matias (diretor técnico e proprietário)	Joaquim Maia Águas (diretor em Portugal) Eng.º Adolfo de Bourbon e Barbosa (diretor de Propaganda e Expansão)	Dolores Montenegro Matias	São Paulo	Lisboa
3 [1957]	Joaquim António Matias (propriedade e direção técnica)	Diretores: Dr. Raul Baeta Henriques Joaquim Maia Águas Diretor-adjunto Augusto Krusse Afflalo (sic)	Dolores Montenegro Matias (administradora e editora)	Rio de Janeiro (delegação provisória em Lisboa)	Lisboa
4 [1958]	Joaquim António Matias (proprietário, diretor técnico e editor)	Corpo diretivo: Joaquim Maia Águas Raul Baeta Henriques Augusto Krusse Afflato (sic)	Dolores Montenegro Matias (diretora administradora)	Lisboa e São Paulo	Lisboa

O conteúdo da revista reparte-se entre conteúdo editorial e publicidade, predominando o primeiro (cf. tabela 1). Sendo um empresário bem relacionado nos meios políticos e em-

²² No número quatro, o nome é grafado Augusto Krusse Afflato.

presariais, o proprietário da revista não terá tido dificuldades em garantir anúncios publicitários de Portugal e do Brasil que contribuiram – mas talvez não o suficiente – para a solubilidade do empreendimento (21% das páginas ocupadas com publicidade, cerca de 1/5 das mesmas). De qualquer modo, talvez a revista servisse outros propósitos, nomeadamente o de promoção social do seu proprietário e colaboradores próximos, pelo que a sustentabilidade comercial da publicação pode ter sido encarada em segundo plano.

Tabela 1. Repartição entre conteúdos editoriais e publicitários da revista.
Fonte: elaborado pelo autor e pela autora.

Número da revista	Conteúdos editoriais		Conteúdos publicitários	
	Número de matérias editoriais ²³	Número de páginas (incluindo capa, rosto, etc.)	Número de anúncios publicitários	Número de páginas (incluindo capa, rosto, etc.)
1 [1954]	111	167 (84%) (Média: 1 matéria por 1,5 páginas)	83	31 (16%)
2 [1955-1956]	69	116 (77%) (Média: 1 matéria por 1,7 páginas)	107	34 (23%)
3 [1957]	49	88 (80%) (Média: 1 matéria por 1,8 páginas)	64	22 (20%)
4 [1958]	73	97 (71%) (Média: 1 matéria por 1,3 páginas)	82	39 (29%)
Totais	302 (Média: 75,5)	468 (79%) (Média: 117)	336 (Média: 84)	126 (21%) (Média: 31,5)

As matérias publicadas na revista *Duas Pátrias*, em média, apresentam uma extensão entre uma e duas páginas (ou seja, em média são matérias relativamente curtas na sua extensão). No segundo e no terceiro número (neste por causa de um artigo extenso sobre Santos-Dumont) a sua extensão média aproxima-se das duas páginas; mas no primeiro e no quarto números, aproxima-se mais da página singular (ou seja, de uma matéria por página).

Releva-se de uma leitura sistemática da revista *Duas Pátrias* a sua condição de panegírico às lideranças políticas (vd. figuras 3 e 4), económicas, religiosas (católicas) e sociais do Brasil e de Portugal e da comunidade luso-brasileira residente no Brasil. *Duas Pátrias* assume, assim, a sua condição de revista alinhada com a ordem política, social e económica vigente nos dois países, sendo de destacar o elevado número de matérias (biografias, cartas-autógrafo...) dedicadas a personalidades das elites coevas (cf. tabela 2) e do passado.

²³ Inclui matérias sobre empresas que podem confundir-se com publicidade mas foram consideradas conteúdos editoriais.

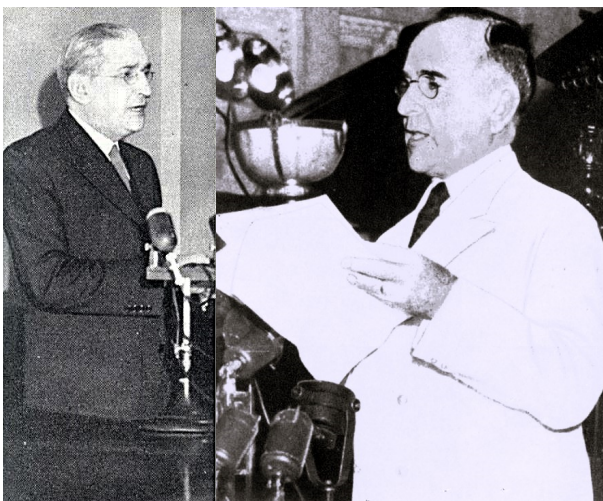


Figura 3. Salazar e Getúlio Vargas.

Fonte: reprodução dos originais (*Duas Pátrias*, n.º 1, julho de 1954, p. 77 e p. 4).

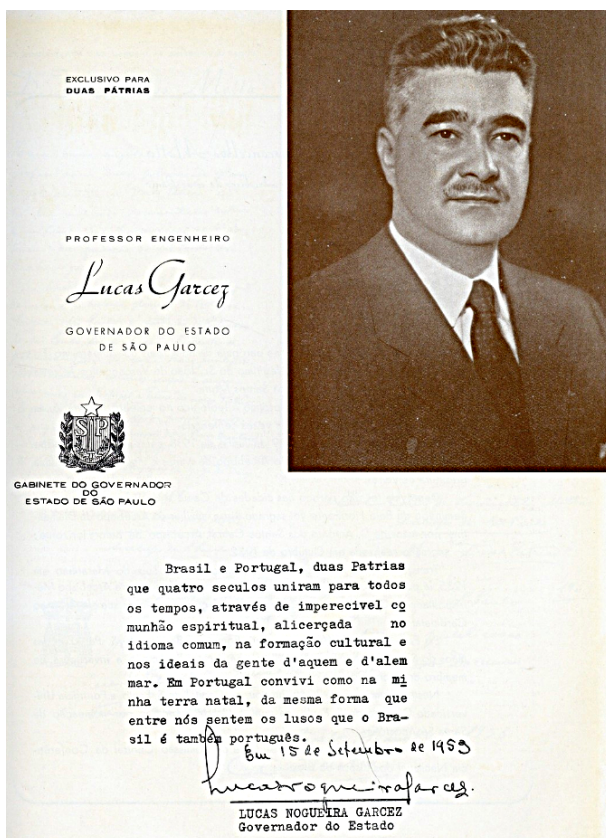


Figura 4. Exemplo de carta-autógrafo.

Fonte: reprodução do original (*Duas Pátrias*, n.º 1, julho de 1954, p. 7).

O programa ideológico da revista materializa-se logo no primeiro número. Este abre com uma matéria dedicada ao Presidente da República Portuguesa, general Craveiro Lopes, retratado como um indivíduo de “alta formação moral”, com “dedicação total à causa pública”²⁴. Na mesma matéria, Salazar é descrito como “o grande renovador da Nação”²⁵, enquanto noutro texto são transcritas diversas citações do líder do Governo português²⁶ e ainda noutro se reflete sobre “Salazar e a Nação” após “26 anos de trabalho, de permanente esforço, de inteira dedicação, de total dádiva de si próprio aos superiores interesses da Pátria”²⁷. A segunda matéria do primeiro número é devotada ao Presidente Getúlio Vargas, “político e académico”, “saudado com admiração e respeito pela voz uníssona do país”, que deu ao Brasil um governo “trabalhista” de “prosperidade e grandeza”²⁸. Nesse mesmo número, a política ultramarina do Estado Novo português é elogiada num artigo contra as pressões da União Indiana para a restituição das possessões portuguesas de Diu, Damão e Goa, simbolicamente intitulado “O Brasil solidário com Portugal nos seus direitos históricos sobre a Índia Portuguesa”²⁹. Noutro texto, é celebrada a “projeção mundial” de Salazar ao fim de 26 anos de governo³⁰. Noutro texto ainda, é homenageado o académico e antigo prefeito do Rio de Janeiro Pedro Ernesto, por ser um “brilhante defensor da Língua Portuguesa”³¹. Gilberto Freire, intérprete e defensor do luso-tropicalismo, assina um texto intitulado “Obrigado aos portugueses”³².

O segundo número inicia-se com uma matéria intitulada “Brasil, país de futuro”³³, a que se sucede uma reportagem sobre a viagem “triumfal”³⁴ do Presidente da República Brasileira, Café Filho, a Portugal, e uma matéria sobre a eleição do Presidente brasileiro Juscelino Kubitschek. Salazar, no entanto, continua presente, numa matéria que o apelida de “um homem que trabalha em colaboração com as forças eternas da natureza e da vida”³⁵. O editorial desse número é dedicado à defesa dos pilares da política externa salazarista portuguesa: amizade luso-brasileira, luso-espanhola, luso-britânica e com a Santa Sé³⁶. Aliás, foi constante na revista a defesa de Salazar, do regime salazarista e da posição do Estado Novo português em matéria de política externa – uma política que, justificada por uma alegada ação civilizadora lusa, procurava manter, ao arrepio dos tempos, o Império colonial português em África (Cabo Verde, São Tomé e Príncipe, Guiné-Bissau, Angola e

²⁴ *Duas Pátrias*, n.º 1, julho de 1954, p. 2.

²⁵ *Duas Pátrias*, n.º 1, julho de 1954, p. 2.

²⁶ *Duas Pátrias*, n.º 1, julho de 1954, p. 77.

²⁷ *Duas Pátrias*, n.º 1, julho de 1954, p. 78.

²⁸ *Duas Pátrias*, n.º 1, julho de 1954, p. 5.

²⁹ *Duas Pátrias*, n.º 1, julho de 1954, p. 16.

³⁰ *Duas Pátrias*, n.º 1, julho de 1954, p. 51-52.

³¹ *Duas Pátrias*, n.º 1, julho de 1954, p. 31.

³² *Duas Pátrias*, n.º 1, julho de 1954, p. 67.

³³ *Duas Pátrias*, n.º 2, 1955-1956, p. 2.

³⁴ *Duas Pátrias*, n.º 2, 1955-1956, p. 3.

³⁵ *Duas Pátrias*, n.º 2, 1955-1956, p. 11.

³⁶ *Duas Pátrias*, n.º 2, 1955-1956, p. 28.

Moçambique), na Índia (Diu, Damão e Goa), na China (Macau) e em Timor-Leste. Mais à frente, aparece um artigo atestando, equivocadamente, que Goa, Damão e Diu seriam “sempre portuguesas”³⁷. Um texto aborda as pessoas negras na literatura – “Só nos nossos dias (...) o negro conquistou nas letras brasileiras o lugar a que tinha direito. Só hoje é estudado e cantado como merece, já que tanto contribuiu para a *psiché* do brasileiro”, ainda que com as pessoas negras apenas existisse “simpatia”, “*quase* fraternidade” [itálico nosso]³⁸.

Santos-Dumont, desde a capa, é o foco do terceiro número da revista *Duas Pátrias* e tema e pretexto para várias matérias e depoimentos de personalidades da aviação civil e militar. Mas depois de um texto de abertura sobre o homenageado, o destaque vai para o Presidente Juscelino Kubitschek de Oliveira, que endereçou à revista, uma carta-autógrafo, publicada em *fac-símile*. Diz a revista sobre ele que é um “Homem à altura dos interesses da Nação, de modo a bem orientá-la na sua futura rota”, escolhido pela “Providência”, mas adverte para um futuro cheio de “vicissitudes”³⁹. Mais à frente, outra matéria destaca as personalidades dos “grandes colaboradores de Kubitschek”, classificados como “peças de magnífica categoria, selecionadas com inteligência, sob o olhar arguto, vivo e altamente simpático do homem que preside aos destinos do Brasil”⁴⁰. Ainda noutra matéria, celebra-se o primeiro aniversário da Presidência de Kubitschek, apontando-se, no entanto, que “o sufrágio universal constitui hoje, na democratização dos Povos, a maneira mais lídima de sintetizar as preferências dos eleitores”⁴¹, afirmação corrosiva para a ideologia do Estado Novo português, onde as eleições eram uma farsa, conforme se verificou nas Presidenciais de 1958, perdidas, fraudulentamente, pelo general Humberto Delgado. Ainda no terceiro número, é antecipada a visita do Presidente português, Craveiro Lopes, ao Brasil, destinada a “manifestar a fraternal amizade que une os dois grandes povos da língua portuguesa e manifestar o acordo perfeito da comunidade luso-brasileira”⁴².

O quarto número é, principalmente, dedicado à visita do Presidente da República Portuguesa, Craveiro Lopes, ao Brasil, a convite do seu homólogo brasileiro, o Presidente Juscelino Kubitschek. A página de rosto, por exemplo, reproduz mensagens de ambos os Presidentes, em jeito de balanço sobre os resultados da visita de Estado. Logo a seguir, um texto laudatório para o Presidente Kubitschek procura, forçadamente, identificar o Presidente do Brasil com a ideia de “Comunidade Luso-Brasileira, designação mais certa, mais lógica, mais humanamente lusíada”⁴³, que não levava em conta as diferentes nacionalidades que enformaram o Brasil contemporâneo. Nas palavras do autor, Brasil e

³⁷ *Duas Pátrias*, n.º 2, 1955-1956, p. 33.

³⁸ *Duas Pátrias*, n.º 2, 1955-1956, p. 49.

³⁹ *Duas Pátrias*, n.º 3, 1957, p. 4.

⁴⁰ *Duas Pátrias*, n.º 3, 1957, p. 72.

⁴¹ *Duas Pátrias*, n.º 3, 1957, p. 74.

⁴² *Duas Pátrias*, n.º 3, 1957, p. 75.

⁴³ *Duas Pátrias*, n.º 4, 1958, p. 3.

Portugal protagonizariam uma “união espiritual entre as duas Nações Cristãs, união considerável de dois povos, irmãos pelo sangue, pelo génio da raça, pela identidade de pensamento (...) de que são polos humanos o Presidente Kubitschek de Oliveira e o Presidente Craveiro Lopes”⁴⁴. No miolo da revista surgem reportagens sobre as visitas de Craveiro Lopes ao Rio de Janeiro, São Paulo, Belém, Manaus, Salvador e Belo Horizonte e sobre o regresso do Presidente a Lisboa. Um outro texto do quarto número volta à questão das pessoas negras para assegurar, ao arrepio da ciência, que “o negro no Brasil já existia quando este grande país foi descoberto pelos portugueses”⁴⁵ e justificar o escravagismo:

Há quem suponha que a raça negra pisou pela primeira vez as terras do Brasil quando (...) se verificou a necessidade do auxílio de seus braços para ser levada a bom termo a obra estupenda da colonização. (...) Está, no entanto, provado que (...) a raça negra já ali se tinha estabelecido (...). A escravatura negra no Brasil foi a mais benigna de todas as escravaturas (...) e (...) torna-se bem patente a maneira como os portugueses trataram sempre (...) o preto (...) transformando-os de selvagens em trabalhadores (...), devido à caridade cristã dos portugueses, que sempre entenderam que o negro também tinha alma (...).⁴⁶

Uma das ideias fortes da revista *Duas Pátrias* reside na defesa da especificidade da colonização portuguesa e do alegado papel civilizador de Portugal durante a sua expansão imperialista e colonial. Um texto de Raul Humberto de Lima Simões, diretor do *Boletim do Porto de Lisboa*, é revelador:

Portugal ia escrever (...) uma magnífica epopeia de bravura, de audácia, de civilização (...), ocupou (...) metade do Mundo, fundou cidades, criou nações, povoou os oceanos, levou a palavra de Cristo aos mais remotos lugares (...), foi compreensivo, humano, para com os povos que o acolheram, fez, numa palavra, civilização.

Os “civilizadores” de hoje (...), longe de lhe poder dar lições, muito têm (...) que aprender com Portugal (...).

Foi tão grande, tão real, o sentido civilizador da expansão portuguesa (...) que a obra executada no Brasil (...) é hoje reconhecida, sem favor, como uma obra sem exemplo na História.⁴⁷

Outros conteúdos dos quatro números da revista *Duas Pátrias* versam assuntos diversificados: história de Portugal e do Brasil; personalidades históricas de ambos os países; património artístico e monumental português; cidades de Portugal e do Brasil; emigra-

⁴⁴ *Duas Pátrias*, n.º 4, 1958, p. 3.

⁴⁵ *Duas Pátrias*, n.º 4, 1958, p. 109.

⁴⁶ *Duas Pátrias*, n.º 4, 1958, p. 109-110.

⁴⁷ Raul Humberto de Lima Simões, Portugal uno e indivisível, *Duas Pátrias*, n.º 4, 1958, p. 7-8.

ção e emigrantes portugueses no Brasil; homenagens e outros eventos sociais da comunidade luso-brasileira no Brasil; eventos culturais e sociais; literatura e crítica literária, incluindo um texto contra o futurismo; imprensa brasileira; teatro; música; produção económica dos estados brasileiros; empreendimentos industriais, comerciais, desportivos, religiosos e educativos, normalmente da iniciativa de indivíduos da comunidade luso-brasileira residente no Brasil mas não só; carreiras marítimas entre Portugal e o Brasil; o “amor de Portugal pelo Brasil”⁴⁸; poesia, alguma dela nacionalista e imperialista (poemas sobre as possessões ultramarinas portuguesas, por exemplo). Uma reportagem dá conta, no primeiro número, das celebrações do IV centenário da cidade de São Paulo em Portugal⁴⁹. O catolicismo está omnipresente numa multiplicidade de textos que se focam em temas como: clérigos católicos; Fátima; celebrações religiosas portuguesas na Terra Nova; a primeira missa celebrada no Brasil; a dilatação da fé católica pelos portugueses no Brasil; as Oficinas São José, em Lisboa, obra católica de apoio à infância e juventude, entre outras matérias. Um texto vinca que “o brasileiro não é estrangeiro em Portugal”⁵⁰. A revista também publicou vários textos sobre si mesma e os seus colaboradores e colaboradoras, sempre na perspetiva do autoelogio e autoenaltecimento, casos, por exemplo, de peças que documentam a diretora, Dolores Montenegro Marias, e outra colaboradora a viajar, a visitar instituições e a oferecer números da revista a individualidades como o Presidente Kubitschek.

Nota-se, igualmente, na revista *Duas Pátrias*, permeabilidade entre conteúdos publicitários e editoriais. Algumas matérias, por exemplo, dizem respeito a entidades que anunciam na revista. São frequentes esses casos. Por exemplo, o primeiro número da revista inclui várias matérias sobre São Paulo, o prefeito da cidade e o governador do Estado; ora, o Governo do Estado de São Paulo inseriu na revista um anúncio de página inteira, no verso da capa, com o programa das comemorações do quarto centenário da cidade. Também há uma grande permeabilidade entre o tema central da revista e os anúncios publicitários no terceiro número, dedicado a Santos-Dumont, no qual anunciam várias companhias de aviação de todo o mundo. No quarto número, a visita do Presidente da República Portuguesa ao Pará, a Minas-Gerais e à Amazônia permitiu à revista, ao mesmo tempo que inseriu matérias sobre estes temas, captar anúncios publicitários locais.

48 *Duas Pátrias*, n.º 1, julho de 1954, p. 61.

49 *Duas Pátrias*, n.º 1, julho de 1954, p. 43-45.

50 *Duas Pátrias*, n.º 1, julho de 1954, p. 136.

Tabela 2. Distribuição das matérias editoriais por categoria temática.
Fonte: elaborado pelo autor e pela autora.

Categoria	Número de matérias	Porcentagem
Biografias, elegias de personalidades, cartas-autógrafo (vd. figura 4) à revista e temas sociais da comunidade luso-brasileira	121	40
Atualidade política, social e diplomática de Portugal e do Brasil	46	15
Património, história e cultura de Portugal e do Brasil	30	10
Empresas e atividade económica de Portugal e do Brasil	27	9
Editoriais e assuntos da revista	21	7
Lugares e instituições (não englobadas noutras categorias) de Portugal e do Brasil	19	6
Comunidade luso-brasileira e suas instituições	18	6
Poesia e outros textos literários	7	2
Festas, efemérides e celebrações civis e religiosas de Portugal e Brasil	6	2
Transportes	5	2
Desporto (Portugal e Brasil)	2	1
Total	302	100

A tabela 2 regista a distribuição das matérias da revista por temas. Das 302 matérias publicadas na revista, 121 são centradas em pessoas, comportando biografias, elegias de personalidades, cartas-autógrafo e temas sociais da comunidade luso-brasileira, o que representa 40% do conteúdo temático. Possivelmente, tratou-se de uma estratégia editorial para prestigiar a publicação junto das elites políticas, económicas e sociais lusas, brasileiras e luso-brasileiras que constituiriam o seu público-alvo e para fazer com que este se reconhecesse nos conteúdos. Essas elites, nomeadamente empresários e políticos com poder decisório, ademais, poderiam constituir fontes de financiamento da revista, por meio da captação de anúncios publicitários, mas essa atenção às elites também contribuiu para o reforço simbólico da ordem social vigente em Portugal e no Brasil e para a manutenção do *statu quo*, designadamente no que respeita à estrutura social.

Idêntica leitura pode ser feita em relação aos conteúdos sobre “Empresas e atividade económica” (9%), já que, se por um lado se tratava de apresentar empresas e empresários com atividade no Brasil aos portugueses e vice-versa e se reportar o quadro económico geral de ambos os países, por outro lado a revista poderia, por este meio, garantir a publicidade de que necessitava para subsistir, ao mesmo tempo que os seus responsáveis editoriais se engrandeciam junto do público-alvo. Esse quadro geral justifica, também, o peso das matérias classificadas em “Comunidade luso-brasileira e suas instituições” (6%), ainda que uma revista que pretendia alicerçar-se em Portugal e no Brasil tendo por foco a comunidade luso-brasileira não pudesse deixar de publicar conteúdos sobre a mesma para ser acolhida e reconhecida por esta.

Os conteúdos categorizados em “Atualidade política, social e diplomática” (15%) refletem o contexto histórico agitado da época (contestação às ditaduras portuguesa e brasileira, suicídio de Vargas e retoma do processo democrático no Brasil, processos de descolonização que ameaçavam a soberania portuguesa sobre as províncias ultramarinas, ameaça de intervenção indiana no chamado Estado Português da Índia). Neste campo, a revista, alinhando-se, discursivamente, pelas posições oficiais dos governos de Portugal e do Brasil, procurava cair nas boas-graças dos governantes, reforçando, simbolicamente, a ordem estabelecida.

Os conteúdos sobre “Património, história e cultura” (10%), “Lugares e instituições” de Portugal e Brasil (6%) e “Festas, efemérides e celebrações civis e religiosas” (2%) justificam-se pelo espírito de engrandecimento simbólico dos dois países, das suas relações, dos seus povos e tradições que a revista cultivou desde o primeiro número. Tratava-se de apresentar um Brasil esplendoroso a Portugal e um Portugal orgulhoso da sua história e património ao Brasil. Estes conteúdos terão contribuído, ademais, para que o público-alvo se revisse no discurso da revista.

A poesia e outros textos literários (2% das matérias) não surpreendem o leitor. Por um lado, as revistas publicam, tradicionalmente, textos literários – folhetins, crónicas, contos e poesia são conteúdos presentes nas revistas desde o século XIX (Sousa, 2021; Sousa, 2024), incluindo-se nesta tradição uma imensidade de narrativas sobre o Brasil publicadas em Portugal (Lopes, 2021; Lucas, 2022); por outro lado, tratava-se, mais uma vez, de prestigiar a própria publicação e dar espaço quer aos seus colaboradores, quer a personalidades do público-alvo que podiam ajudar a revista a singrar.

As matérias sobre “Transportes” (2%) ecoam, sobretudo, as preocupações de portugueses residentes no Brasil, de brasileiros residentes em Portugal, bem como da comunidade luso-brasileira, sobre os transportes de pessoas e bens entre os dois países, que a meio do século XX, ainda se faziam, principalmente, por navio, apesar de o avião ter um peso progressivo, sobretudo para as viagens particulares e de negócios.

Os conteúdos sobre “Desporto” [Esporte] são residuais, demonstrando que este aspeto da vida social tão relevante para portugueses e brasileiros não entrou, estranhamente, no radar dos responsáveis da revista, eventualmente porque não servia os propósitos da publicação.

Cabe ainda destacar a relevância que a revista deu a si mesma e aos seus responsáveis e colaboradores (7% das matérias registadas na categoria “Editoriais e assuntos da revista”). Estas matérias, além de justificarem as mudanças na publicação e nos colaboradores ao longo do tempo, em muitos casos serviram para elogiar os próprios colaboradores e os responsáveis editoriais da publicação.

Tabela 3. Foco nacional dos conteúdos da revista.

Fonte: elaborado pelo autor e pela autora.

Categoria	Número de matérias	Percentagem
Matérias com foco no Brasil ou brasileiros	124	41
Matérias com foco simultâneo no Brasil e em Portugal e em pessoas da comunidade luso-brasileira	107	35
Matérias com foco em Portugal e em portugueses	65	22
Outras matérias	6	2
Total	302	100

Reportando-se ao foco nacional dos conteúdos, a tabela 3 demonstra que a revista *Duas Pátrias* privilegiou o Brasil e os brasileiros (41% das matérias) em detrimento de Portugal e dos portugueses (22%), mas a percentagem de matérias que respeita, simultaneamente, a ambos os países e a ambas as nacionalidades atinge 35%. Sendo elaborada, sobretudo, a partir do Brasil, o privilégio dado a esta Pátria das duas em que a revista se alicerçava é conjuntural.

A análise ao conteúdo temático das fotografias publicadas nos quatro números analisados da revista *Duas Pátrias* expressa-se na tabela 4.

Tabela 4. Conteúdo das imagens.

Fonte: elaborado pelo autor e pela autora.

Categoria	Número de matérias	Percentagem
Personagens (retratos de pessoas)	203	45
Sociedade (eventos sociais e religiosos, cerimónias diversas...)	84	19
Ocasões de Estado (ações e atividades de governantes)	34	8
Edifícios, instalações industriais e comerciais e lugares/paisagens	92	20
Objetos (desde obras de arte a veículos de transporte)	35	8
Total	448	100

A tabela 4 reforça a linha de leitura da revista já exposta na análise dos dados relativos aos temas explorados pela revista (cf. tabela 2). *Duas Pátrias* foi uma revista centrada em personagens relevantes da vida social, económica e política (45% das fotografias são retratos de pessoas, todas elas individualidades das elites, vd. figuras 3 e 4), em eventos sociais (vd. figura 5) e outros acontecimentos institucionais (19% das fotografias), e em acontecimentos que se podem classificar como ocasiões de Estado (8%), nomeadamente governantes a discursar e, principalmente, fotografias alusivas à visita de Estado do Presidente da República Portuguesa, Craveiro Lopes, ao Brasil, com a qual, segundo uma

legenda de uma fotografia, “sela-se para sempre a grande comunidade luso-brasileira”⁵¹ (vd. figuras 6 e 7). A fotografia também foi usada para autopromoção da revista e da sua diretora, reforçando textos com a mesma finalidade (vd. figura 8).

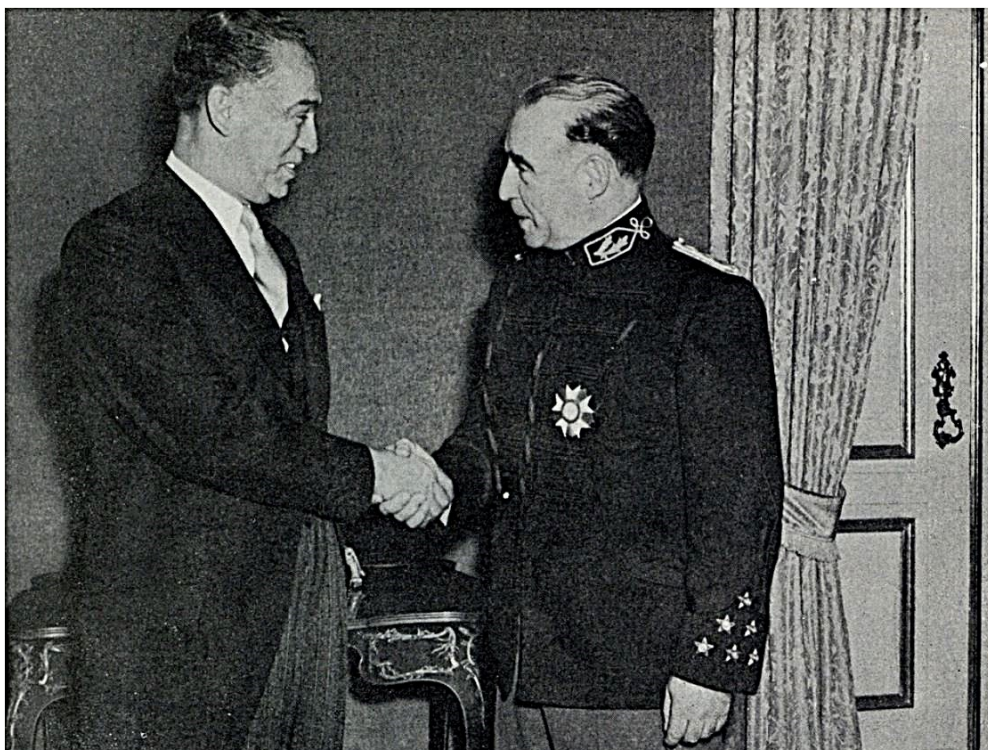
Algumas fotografias inseridas em matérias como uma reportagem extensa sobre um evento religioso protagonizado por portugueses que embarcavam para a pesca do bacalhau na Terra Nova e uma reportagem sobre as Oficinas São José, uma instituição católica de proteção e formação de crianças e jovens, em Lisboa, dão um tom mais vivo e próximo das singularidades coevas ao discurso da revista (vd. figuras 9 e 10).

As duas categorias restantes em que foram classificadas as fotografias quanto ao seu tema reportam-se a imagens sobre o património histórico e religioso edificado (vd. figura 11), paisagens urbanas e instalações industriais (20%), que casam o passado com o coevo, apontando, simbolicamente, para a continuidade histórica de Portugal e do Brasil, países unidos por uma história comum e pela comunidade luso-brasileira; e a objetos diversos (8%, sendo especialmente relevantes as fotografias respeitantes a meios de transporte, particularmente a aviões, opção editorial em parte conjunturalmente justificada pelo facto de o terceiro número da revista ser dedicado a Santos-Dumont).



Figura 5. Evento social da comunidade luso-brasileira.
Fonte: reprodução do original (*Duas Pátrias*, n.º 1, julho de 1954, p. 54).

⁵¹ *Duas Pátrias*, n.º 4, julho de 1958, p. 120.



Neste efusivo aperto de mão dos dois chefes de Estado sela-se para sempre a grande Comunidade Luso-Brasileira

Figura 6. Presidentes Craveiro Lopes e Juscelino Kubitschek.
Fonte: reprodução do original (*Duas Pátrias*, n.º 4, julho de 1958, p. 120).



O Senhor Presidente General Craveiro Lopes, acompanhado do Ilustre Governador Senhor General Magalhães Barata, correspondendo às saudações que o povo de Belém lhe dirige.

Figura 7. O Presidente da República Portuguesa, Craveiro Lopes, visita Belém (Pará), acompanhado pelo Governador do Estado.
Fonte: reprodução do original (*Duas Pátrias*, n.º 4, 1958, p. 43).



O ilustre Presidente do Brasil, Doutor Juscelino Kubitschek, que lhe foi entregue pela nossa distinta colega D. Dolores Montenegro Matias que se encontra acompanhada da nossa colaboradora D. Angelina Kallihova. Nota-se na expressão do Chefe do Estado do Brasil, evidente satisfação e apreço pelo facto. Esta cerimónia efectou-se no Palácio do Catete, deu origem a palavras desvanecedoras do ilustre Presidente, para a nossa Revista, e apoio à missão que ela tão patrioticamente cumpre pela aproximação luso-brasileira

Figura 8. A diretora da revista *Duas Pátrias* entrega um exemplar ao Presidente do Brasil, Juscelino Kubitschek.
Fonte: reprodução do original (*Duas Pátrias*, n.º 3, 1957, p. 95).



Figura 9. Missa para abençoar os pescadores portugueses que partiam para a campanha de pesca do bacalhau na Terra Nova.
Fonte: reprodução do original (*Duas Pátrias*, n.º 1, julho de 1954, p. 89-90).



Figura 10. Oficinas de São José, em Lisboa.

Fonte: reprodução do original (*Duas Pátrias*, n.º 1, julho de 1954, p. 117).

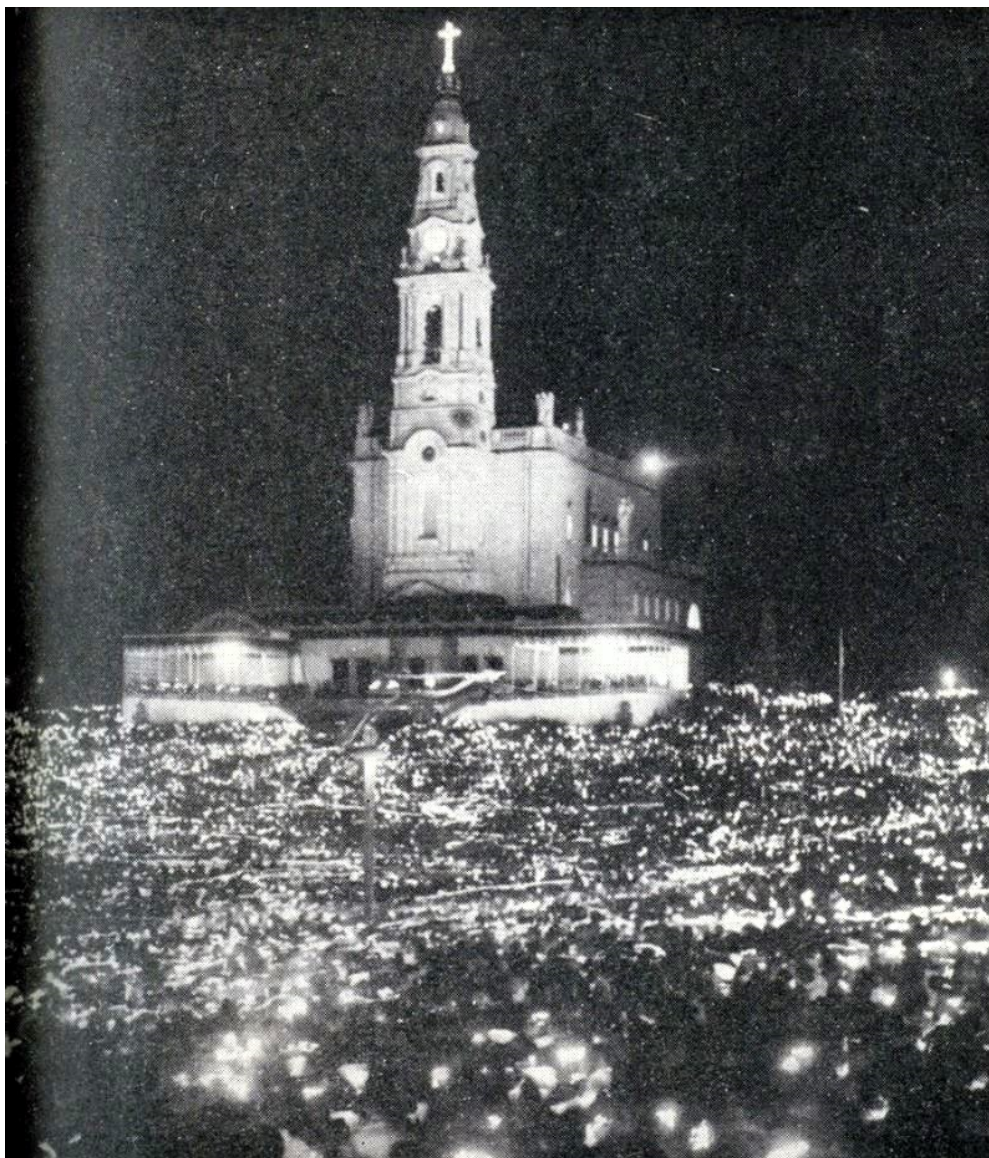


Figura 11. Procissão das velas no santuário de Fátima.

Fonte: reprodução do original (*Duas Pátrias*, n.º 1, 1954, p. 49).

As fotografias fortalecem, assim, a interpretação dada aos achados sobre o perfil editorial da publicação – uma revista institucional e laudatória para as elites políticas, religiosas (católicas), sociais e empresariais, sustentadora simbólica – e orgulhosa – da ordem política e da hierarquia social estabelecida em Portugal e no Brasil, países que, no entanto, procurou aproximar, enquanto iniciativa surgida no seio da comunidade luso-brasileira.

Conclusões

Uma conclusão inicial aponta para a relevância e pertinência dos estudos que incidem sobre periódicos específicos do passado como objeto de pesquisa, já que, cruzando as perspectivas da Comunicação e da História, permitem entender não apenas como se apresentou uma determinada publicação e qual a sua linha editorial e os seus conteúdos, mas também qual o seu papel e a sua função social e como representou a sociedade e o ambiente coevos. Com estudos deste tipo compreende-se mais adequadamente o que faziam e o que pensavam as pessoas do passado, envolvidas por um entorno histórico específico, considerando os vestígios que deixaram plasmados, verbal e iconograficamente, mas também as omissões.

À luz desse enquadramento inicial, demonstrou-se que a revista *Duas Pátrias* foi um produto do seu tempo e do contexto em que viviam os seus promotores e colaboradores que legitimou e justificou a ordem social, política e económica estabelecida quer em Portugal, quer no Brasil. É particularmente relevante na revista *Duas Pátrias* a explicação, defesa e justificação de Salazar e do Estado Novo Português, que, à revelia do tempo, sustentavam uma política colonialista e imperialista para a qual buscavam o apoio do Brasil e dos governantes brasileiros. Para o fazer, a revista incorporou no seu discurso mitos justificativos e legitimadores da colonização portuguesa e mesmo do escravagismo de pessoas negras no passado.

A publicação também alimentou e ativou, discursivamente, o mito da relação especial entre portugueses e brasileiros para tentar demonstrar a legitimidade histórica quer da colonização portuguesa, quer do protagonismo dos imigrados lusos no Brasil, servindo-se, inclusivamente, das visitas de Estado do Presidente Café Filho a Portugal e do Presidente Craveiro Lopes ao Brasil, que fazem parte das relações diplomáticas normais entre Estados Soberanos, para tentar demonstrar a proeminência da comunidade luso-brasileira no Brasil e o privilégio dos imigrados lusos neste país.

Demonstrou-se, finalmente, que a revista teve um pendor *oportunista*, já que os seus promotores e promotoras não só procuraram promover a publicação junto de individualidades de interesse como também a usaram para se promoverem, sendo particularmente relevantes, a este nível, as matérias cujas protagonistas, quer no texto verbal, quer no texto visual, são a própria diretora da publicação, Dolores Montenegro Matias, e a colaboradora Angelina C. Kalinkova.

Bibliografia

- Alves, J. L. dos S.** (2009). *Malheiro Dias e o luso-brasileirismo: Um estudo de caso das relações culturais Brasil-Portugal* [Tese de Doutorado, Universidade do Estado do Rio de Janeiro].
- Assunção, M.** (2015). As relações culturais luso-brasileiras em perspectiva: da génese do ideário de comunidade à fundação da Revista Brasília (1822-1942). *Revista Portuguesa de História*, 46, 281-300.
- Azevedo, S. M.** (2000). Aquém e Além-Mar: “Cartas do Rio de Janeiro” de Jaime Vítor. *Via Atlântica*, 37, 95-125. <https://doi.org/10.11606/va.v0i37.170325>
- Bahia, J.** (1990). *Jornal, História e Técnica: História da Imprensa Brasileira*. Ática.
- Baltazar, I.** (2006). Ritmo Novo. O tratado de comércio entre Portugal e o Brasil (14.09.1933). In Z. O. de Castro, J. R. da Silva, & C. M. Sarmento (Eds.), *Tratados do Atlântico Sul. Portugal-Brasil, 1825-2000* (pp. 205-249). Ministério dos Negócios Estrangeiros.
- Cavaco, S.** (2017). Imprensa portuguesa em busca de um mercado luso-brasileiro (1925-1914). *Revista Portuguesa de História da Comunicação*, 0, 154-172. <https://revistahc.sopcom.pt/ficheiros/20170909-sc.pdf>
- Cruz, N. F. de O., Gonçalves, R. W., & Delgado, P. G. G.** (2020). Retrocesso da reforma psiquiátrica: o desmonte da política nacional de saúde mental brasileira de 2016 a 2019. *Trabalho, Educação e Saúde*, 18(3).
- Del Priore, M.** (2006). *História do amor no Brasil*. Contexto.
- Lira Neto.** (2014). *Getúlio: da volta pela consagração popular ao suicídio (1945-1954)*. Companhia das Letras.
- Lopes, A. S. P.** (2021). *Imagens e Narrativas do Brasil nas Revistas Ilustradas Portuguesas (1822-1922)* [Tese de Doutorado, Universidade Fernando Pessoa]. <https://bdigital.ufp.pt/handle/10284/10932>
- Lourenço, E.** (1999). Nós e o Brasil: ressentimento e delírio. In *A Nau de Ícaro seguido de Imagem e Miragem da Lusofonia* (2.ª ed., pp. 135-144). Gradiva.
- Lourenço, E.** (1999). Portugal-Brasil: um sonho falso e um único sonhador. In *A Nau de Ícaro seguido de Imagem e Miragem da Lusofonia* (2.ª ed., pp. 155-160). Gradiva.
- Luca, T. R. de.** (2018). *A Ilustração [1884-1892]. Circulação de textos e imagens entre Paris, Lisboa e o Rio de Janeiro*. Editora UNESP.
- Lucas, K. T.** (2022). *Em Busca da Nação entre Portugal e Brasil: Mediação cultural e sociabilidade transatlântica no “Archivo Pittoresco” (1857-1868)* [Tese de Doutorado, Universidade de Lisboa]. https://repositorio.ulisboa.pt/bitstream/10451/54662/1/scnd739150_td_Kadine_Lucas.pdf
- Magalhães Júnior, R.** (1978). *A vida vertiginosa de João do Rio*. Civilização Brasileira; Instituto Nacional do Livro.
- Martins, A. L., & Luca, T. R. de.** (2008). *História da Imprensa no Brasil*. Contexto.
- Martins, A. L.** (2001). *Revistas em Revista. Imprensa e Práticas Culturais em Tempo de República. São Paulo (1890-1922)*. EDUSP/FAPESP.
- Martins, F., & Faria, P. L. de.** (2006). Um Primeiro Passo no Bom Caminho. O Tratado de Amizade e Consulta (16.11.1953). In Z. O. de Castro, J. R. da Silva, & C. M. Sarmento (Eds.), *Tratados do Atlântico Sul. Portugal-Brasil, 1825-2000* (pp. 251-288). Ministério dos Negócios Estrangeiros.

- Müller, F. S.** (2011). *(Re)vendo as páginas, (re)visando os laços e (des)atando os nós: as relações literárias e culturais luso-brasileiras através dos periódicos portugueses (1899-1922)* [Tese de Doutorado, Universidade de São Paulo].
- Müller, F. S.** (2011). Lorjó Tavares, esse ilustre desconhecido de Brasil-Portugal (1899-1914). *Todas as Letras*, 13(2), 44-54.
- Paulo, H.** (1994). *Estado Novo e propaganda em Portugal e no Brasil. O SPN/SNI e o DIP*. MinervaCoimbra.
- Ribeiro, C. P. S.** (2017). Um intelectual orgânico no Estado Novo de Salazar: as ideias e os projectos de luso-brasilidade de António Ferro. *Intellèctus*, 16(2), 45-67.
- Romancini, R., & Lago, C.** (2007). *História do Jornalismo no Brasil*. Insular.
- Sant'Anna, B. D. C. L.** (2008, 1 maio). Casimiro de Abreu: colaborador d'A Ilustração Lusobrasileira (1856). *Revista Crioula*, (3).
- Santos, P. M. dos, & Amorim, P.** (2010). As relações Portugal-Brasil na primeira metade do século XX (1910-1945). In F. Sousa, P. Santos, & P. Amorim (Coords.), *As relações Portugal-Brasil no século XX* (pp. 121-139). CEPESE/Fronteira do Caos.
- Scheufele, B.** (2008a). Content Analysis, Qualitative. In W. Donsbach (Ed.), *The International Encyclopedia of Communication* (Vol. III, pp. 967-972). Blackwell Publishing.
- Scheufele, B.** (2008b). Content Analysis, Quantitative. In W. Donsbach (Ed.), *The International Encyclopedia of Communication* (Vol. III, pp. 972-978). Blackwell Publishing.
- Schiavon, C. G. B.** (2008). O Estado Novo no Brasil e as relações culturais luso-brasileiras no período. In *Anais do IX Encontro Estadual de História: Vestígios do passado: a história e suas fontes*. Associação Nacional de História, Seção Rio Grande do Sul. http://eeh2008.anpuh-rs.org.br/resources/content/anais/1210897420_ARQUIVO_TextoANPUH.pdf
- Silva, A. da C. e.** (2003). Paraíso Perdido e Terra Prometida. *Convergência Lusíada*, (20), 23-25.
- Silva, J. R. da.** (2018). As revistas luso-brasileiras (1897-1914): *Jornal do Brasil: Edição Quinzenal Ilustrada* (1897-1898) e *Brasil-Portugal: Revista Ilustrada* (1899- 1914). In L. Granja & T. R. de Luca (Orgs.), *Suportes e mediadores: a circulação transatlântica dos impressos (1789-1914)* (pp. 261-287). Editora da Unicamp.
- Starling, H. M., & Schwarcz, L. M.** (2015). *Brasil: uma biografia* (9. ed.). Companhia das Letras.
- Sodré, N. W.** (2011). *História da imprensa no Brasil*. Intercom/EdiPUCRS.
- Sousa, J. P.** (2021). *Portugal: Pequena história de um grande jornalismo I*. Livros ICNOVA. <https://doi.org/10.34619/hyc1-qblv>
- Sousa, J. P.** (2022). *Portugal. Pequena história de um grande jornalismo II*. Livros ICNOVA. <https://doi.org/10.34619/p27e-5jla>
- Sousa, J. P.** (2024). *Uma história do jornalismo no Ocidente. Génese e desenvolvimento de uma instituição social até ao final do século XX*. Livros LabCom | Universidade da Beira Interior. <https://labcomca.ubi.pt/uma-historia-do-jornalismo-no-ocidente-genese-e-desenvolvimento-de-uma-instituicao-social-ate-ao-final-do-seculo-xx/>
- Tengarrinha, J.** (2013). *Nova história da imprensa portuguesa: das origens a 1865*. Temas e Debates/Círculo de Leitores.
- Wimmer, R. D., & Dominick, J. R.** (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Bosch.

As especificidades da imprensa no Brasil oitocentista: um estudo de caso sobre os primeiros anos da atividade editorial na Província do Espírito Santo (1849 -1860)

Karulliny Silverol Siqueira

Universidade Federal do Espírito Santo

karulliny@yahoo.com.br

Resumo: Esta comunicação pretende problematizar o desenvolvimento da imprensa no Brasil durante o século XIX, destacando as especificidades em meio a ampliação da atividade tipográfica durante o período oitocentista. Neste sentido, pretendemos evidenciar como estudo de caso o contexto de criação da imprensa na Província do Espírito Santo, uma localidade que desenvolveu seu primeiro jornal apenas em 1849. Busca-se, assim, destacar a instalação da primeira tipografia, a adesão da elite política do período em torno do primeiro jornal, o *Correio da Victória*, e as dimensões sociais e culturais que a imprensa faz emergir na localidade. Objetiva-se, também, elencar a trajetória do jornalismo local, a partir de uma grande transformação ocorrida em 1860, em meio à efervescência política e partidária do Brasil oitocentista. A investigação segue as premissas teórico-metodológicas da história da cultura impressa, visualizando as transformações na cultura política local, a sociologia dos textos, suas motivações sociais e a materialidade dos impressos dentro de seu circuito de comunicação.

Palavras-chave: História do jornalismo; Brasil; século XIX.

Introdução

Ao longo dos últimos anos, a história da cultura impressa no Brasil oitocentista foi enriquecida com a ampliação dos estudos que, em larga medida, demonstraram a importância da atividade tipográfica para a divulgação e circulação de ideias políticas e culturais. Inúmeros trabalhos focaram, por exemplo, na imprensa como mediadora de projetos e identidades políticas. Estas investigações extrapolaram, de forma contundente, as análises mais tradicionais e descritivas sobre a imprensa brasileira, como, por exemplo, a obra de Nelson Sodré¹. Assim, investigações como as desenvolvidas por Rizzini², por exemplo, acentuam as características do percurso dos impressos no cenário brasileiro.

Autores como Marco Morel³ e Marcello Basile⁴, por exemplo, evidenciaram de forma primorosa a atuação dos jornalistas no período regencial no Brasil, durante os anos de 1831

¹ Sodré, N. W. (1966). *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

² Rizzini, C. (1988). *O livro, o jornal e a tipografia no Brasil, 1500-1822 (com um breve estudo geral sobre a informação)*. São Paulo: Imprensa Oficial do Estado.

³ Morel, M. (2005). *As transformações dos espaços públicos: Imprensa, atores políticos e sociabilidades na cidade imperial, 1820-1840*. São Paulo: Hucitec.

⁴ Basile, M. (2009). O laboratório da nação: A era regencial (1831–1840). In K. Grinberg & R. Salles (Orgs.), *O Brasil Imperial: Vol. II – 1831-1870* (pp. 13–67). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

até 1837. Para os autores, o jornalismo da época auxiliou na consolidação da linguagem empregada pelos grupos políticos, permitindo aferir o vocabulário do período, momento de conturbação política no Brasil. Marcello Basile, por sua vez, identificou de forma detalhada as atividades das tipografias por parte de jornalistas pertencentes às facções políticas da década de 1830, denominados como caramurus, exaltados e moderados. Por meio da análise dos jornais, a investigação demonstrou uma pluralidade de projetos nacionais, cada qual baseado em uma concepção política.

Diversos outros historiadores utilizaram o jornalismo do século XIX para aferir concepções de cidadania e busca por direitos sociais. Dentre os trabalhos que aparecem nesta ótica, citamos, por exemplo, Gladys Sabino Ribeiro⁵ e Isabel Lustosa⁶. A linguagem política difundida pelas elites Coimbrã e brasiliense nos periódicos também foi levantada de forma brilhante pela autora Lúcia Bastos. Além disso, é válido ressaltar a importância das obras de Marialva Barbosa para a compreensão do percurso da imprensa brasileira⁷.

Não pretendemos esgotar aqui as análises que se valem da imprensa para seu debate historiográfico, mas é notório que as pesquisas citadas acima, modificaram o cenário dos estudos sobre a história do jornalismo no século XIX. No entanto, há que se destacar a demanda pelos estudos que abarquem a trajetória da atividade jornalística nas províncias. Embora as regiões importantes do Império brasileiro já ganhem destaque nos estudos, como, por exemplo, Rio de Janeiro, São Paulo, Pernambuco e Bahia, é ainda uma lacuna historiográfica o estudo do jornalismo e da atividade editorial em províncias de pouca importância política.

Assim, nosso objetivo é trazer à luz as especificidades da imprensa brasileira do século XIX, por meio do estudo de províncias periféricas, que podem, neste sentido, resguardar nuances ainda não vistas e que auxiliem na composição de um panorama mais amplo sobre a imprensa no Oitocentos, permitindo estudos comparativos com regiões de outros países, como, por exemplo, a imprensa desenvolvida em Portugal.

Esta investigação tem como estudo de caso o advento da imprensa na província do Espírito Santo, uma localidade situada próxima ao Rio de Janeiro, mas que resguarda características muito particulares no que concerne à imprensa, sobretudo, sua data de instalação (1840) que, quando comparada à outras províncias, evidencia certo alijamento da região sobre o uso dos impressos em quase toda a primeira metade do Oitocentos. Assim, nos perguntamos quais seriam as motivações que levaram ao advento da imprensa no

⁵ Ribeiro, G. S. (2009). Nação e cidadania nos jornais da época da Independência: *O Correio do Rio de Janeiro* como estudo de caso. In J. M. de Carvalho & L. M. B. P. das Neves (Orgs.), *Repensando o Brasil do Oitocentos: Cidadania, política e liberdade* (pp. 207–238). Rio de Janeiro: Civilização Brasileira. p. 207-238.

⁶ Lustosa, I. (2000). *Insultos impressos: A guerra dos jornalistas na Independência, 1821-1823*. São Paulo: Companhia das Letras..

⁷ Barbosa, M. (2010). *História cultural da imprensa: Brasil, 1800-1900*. Rio de Janeiro: Mauad X.

Espírito Santo e qual a relação da elite política local com a instalação da primeira tipografia. Almeja-se também identificar as principais características acerca da materialidade do primeiro jornal, *O Correio da Victória*, em seus primeiros anos de funcionamento e sua recepção por parte do público leitor e, além disso, evidenciar as transformações na imprensa provincial que ocorreram na década de 1860.

O Espírito Santo do século XIX configura-se como um caso singular no panorama da atividade editorial brasileira. Este estudo propõe examinar teoricamente essas práticas sob a ótica da circulação cultural e da materialidade do impresso em regiões periféricas do Império, buscando compreender de que modo os impressos e suas trajetórias se inseriam em dinâmicas mediadas por agentes culturais que atuavam como produtores e intermediários do saber, tendo o Espírito Santo como estudo de caso privilegiado.

1. Marco teórico e estado da questão

A reflexão em torno da imprensa oitocentista, especialmente quando situada em contextos provinciais como o do Espírito Santo, requer um olhar que ultrapasse a leitura meramente política do jornal e o compreenda como objeto de cultura material e veículo de difusão de ideias e conceitos. Nesse sentido, a investigação sobre *O Correio da Victória*, criado em meados do século XIX, insere-se no campo mais amplo da história da cultura impressa, compreendida como um espaço de mediação entre a produção, a circulação e a leitura de textos, conforme propõe Roger Chartier⁸. A análise dos impressos como artefatos culturais implica considerar não apenas o discurso, mas também as condições técnicas e sociais que o tornam possível, sobretudo, em âmbito provincial, perspectiva que encontra ressonância nos trabalhos de Robert Darnton⁹, ao propor o conceito de “circuito da comunicação”, pelo qual podemos refletir acordo dos múltiplos agentes presentes no fazer tipográfico, e de Donald F. McKenzie¹⁰, ao enfatizar a “sociologia dos textos” como método de compreensão das materialidades da escrita. Enfatizamos que estas reflexões teóricas, adaptadas à realidade provincial, podem nos auxiliar a compreender a dinâmica do jornalismo em cenários ainda pouco estudados.

O estudo da imprensa em províncias periféricas do Império brasileiro, como é o caso do Espírito Santo, possibilita problematizar as relações entre centro e margem na difusão da cultura letrada. A noção de periferia aqui não se reduz à ausência ou precariedade material, mas designa um espaço de criação e adaptação cultural, onde os agentes locais rein-

⁸ Chartier, R. (1998). *A aventura do livro: do leitor ao navegador*. São Paulo, SP: Editora da UNESP / Imprensa Oficial do Estado.

⁹ Darnton, R. (1990). *O beijo de Lamourette: Mídia, cultura e revolução*. São Paulo: Companhia das Letras; Schwarcz.

¹⁰ McKenzie, D. F. (2018). *Bibliografia e a sociologia dos textos*. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo.

interpretam os modelos editoriais dominantes, nomeadamente os provenientes de províncias como Rio de Janeiro e São Paulo, que possuíam atividade tipográfica mais dinâmica.

No contexto luso-brasileiro, a historiografia sobre o impresso e a imprensa tem avançado na compreensão desses circuitos. Em Portugal, autores como José Tengarrinha¹¹, elaboraram caracterizações sobre a imprensa portuguesa que nos permitem tecer comparações com a imprensa brasileira. Nesse seguimento, vale ressaltar as investigações e proposições de Jorge Pedro Sousa¹², que analisaram a formação do espaço público oitocentista e o papel dos periódicos na emergência de identidades políticas e culturais também no cenário português, além de enfatizar as principais características presentes em cada fase da imprensa lusitana.

No Brasil, a tradição de investigação do jornalismo inaugurada por Nelson Werneck Sodré em 1966, se apresenta renovada nos últimos anos por estudos como os de Isabel Lustosa¹³, Tania Regina de Luca¹⁴, por exemplo, que têm evidenciado a imprensa como dispositivo de formação de opinião e instrumento de sociabilidade. Mais recentemente, estudos como os de sobre o comércio livreiro, como os de Márcia Abreu¹⁵ e Tânia Bessone¹⁶ sobre práticas de leitura e circulação de impressos, ampliam o escopo de análise, incorporando as dimensões culturais e materiais da produção impressa.

No Espírito Santo, os trabalhos de Basílio Daemon (1879) e Amâncio Pereira (1922), embora de caráter memorialístico, constituem referência fundamental para a compreensão da gênese da tipografia e da imprensa locais. Contudo, a investigação acadêmica sobre o *Correio da Victória* ainda é escassa. Poucos estudos detiveram-se sobre os aspectos materiais da tipografia provincial, as redes de distribuição do impresso e a atuação dos agentes responsáveis pela sua circulação. Em pesquisa desenvolvida anteriormente, constatamos a emergência do jornalismo político no Espírito Santo, contexto no qual se percebe a consolidação das identidades de liberais e conservadores¹⁷. Também sobre a história da imprensa provincial, desenvolveu-se a obra *O Império das Repúblicas*¹⁸, que destaca as linguagens políticas do republicanismo nos anos finais do Império na imprensa do Espírito Santo.

¹¹ TENGARRINHA, José, *História da Imprensa Periódica Portuguesa*, 2.ª edição, Lisboa, Editorial Caminho, 1989.

¹² Sousa, J.P. (2021). Portugal. Pequena história de um grande jornalismo I: da manufatura à indústria. Livros ICNOVA - Instituto de Comunicação da NOVA.

¹³ Lustosa, 2000.

¹⁴ Martins, A. L., & Luca, T. R. de. (2006). *Imprensa e cidade*. São Paulo: Editora Unesp.

¹⁵ Abreu, M. (2003). *Os caminhos dos livros*. Campinas, SP: Mercado de Letras; Associação de Leitura do Brasil (ALB); São Paulo: FAPESP.

¹⁶ Bessone, T. (2005). *Livros de história: bibliotecas e mercado editorial no século XIX*. In *Anais do XXIII Simpósio Nacional de História (ANPUH)*, Londrina, PR.

¹⁷ Siqueira, K. S. (2013). *Imprensa e partidos políticos na Província do Espírito Santo, 1860-1880*. Vitória: Cadernos de História, Instituto Histórico e Geográfico do Espírito Santo (IHGES).

¹⁸ Siqueira, Karulliny. (2020). *O império das repúblicas: Projetos políticos republicanos no Espírito Santo, 1870–1908*. Jundiaí, SP: Paco Editorial.

A presente pesquisa propõe, portanto, contribuir para esse debate ao examinar *O Correio da Victória* como artefato de mediação cultural, cuja materialidade revela as condições técnicas, econômicas e simbólicas de uma província que se insere tardiamente no circuito nacional da imprensa e que, a partir de motivações políticas, amplia sua atividade tipográfica.

2. Metodologia

A pesquisa adota uma abordagem qualitativa, ancorada nos pressupostos da História Cultural da imprensa, privilegiando o cruzamento entre análise documental, leitura material do impresso e interpretação contextual. O corpus principal é constituído pelos exemplares de periódicos do século XIX publicados na província do Espírito Santo, em especial, o jornal *O Correio da Victória*, publicado entre 1849 e os primeiros anos subsequentes, que foram levantados por meio da hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional do Brasil. Esses exemplares são analisados em diálogo com fontes complementares, como relatórios da Assembleia Provincial e de presidentes de província que administraram a localidade neste contexto oitocentista. Foram também listados e contabilizados os jornais publicados na província desde a década de 1840 até o fim da década de 1860, a fim de constatar as transformações editoriais na localidade.

Analisa-se, também, como já citado, os relatórios governamentais escritos pelos Presidentes de Província que administraram o Espírito Santo no século XIX. Estes documentos, hoje também alocados na Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional do Brasil, nos permitem compreender a opinião dos administradores acerca da ausência da imprensa, as demandas de impressão provincial e as medidas administrativas em prol do jornalismo local. Assim, compõe-se um contexto mais amplo acerca das condições do advento da imprensa na província e possibilita investigar se as investidas acerca do advento do jornalismo era pauta de indivíduos de fora da província ou da elite política e intelectual do Espírito Santo.

A metodologia incorpora ainda uma análise comparativa com outros periódicos, sobretudo os editados no Rio de Janeiro e em províncias vizinhas, como *O Monitor Campista* (1840), a fim de identificar semelhanças e especificidades nas práticas editoriais. Essa comparação permite situar o caso capixaba no contexto mais amplo da formação do mercado de impressos no Império e compreender os mecanismos de adaptação local das formas tipográficas e discursivas, ao realizar a impressão sobre a província em tipografias de outras localidades.

Por fim, a pesquisa adota uma perspectiva relacional, considerando *O Correio da Victória* como produto e agente de um circuito de mediações culturais. O jornal é entendido como um espaço de negociação entre o poder político provincial, os técnicos tipográficos, os leitores e os intermediários da escrita. Essa abordagem, inspirada na noção de “circuito

da comunicação”¹⁹, busca evidenciar a dinâmica entre produção e recepção, ressaltando que a imprensa capixaba não apenas reproduziu modelos metropolitanos, mas também elaborou estratégias próprias de inserção na cultura letrada imperial.

Em suma, a metodologia integra procedimentos de crítica material, análise discursiva e comparação contextual, articulados a um referencial teórico que privilegia a materialidade e a circulação cultural. Tal combinação permite compreender *O Correio da Victória* como expressão singular de uma cultura impressa periférica que, mesmo marcada por limitações técnicas, contribuiu decisivamente para a formação de um espaço público e de práticas letradas na província do Espírito Santo.

3. Resultados e discussão

3.1. A província do Espírito Santo e as características de sua dinâmica editorial no século XIX

Fazendo limites geográficos com o Rio de Janeiro, Minas Gerais e a Bahia, a província do Espírito Santo ocupava uma zona de transição entre o litoral e o interior, articulando circuitos administrativos e comerciais distintos. Essa localidade apresenta uma trajetória particularmente interessante no que diz respeito à atividade editorial durante o século XIX. Embora a introdução da imprensa no Brasil remonte a 1808, foi somente em 1849 que o Espírito Santo passou a imprimir efetivamente jornais locais, sendo, portanto, uma das últimas províncias a integrar-se ao circuito nacional da imprensa. Essa defasagem temporal lança luz sobre as especificidades da circulação da cultura escrita em regiões tradicionalmente consideradas periféricas no Império brasileiro.

Este estudo pretende elucidar os momentos que antecederam a instalação da primeira tipografia local e o processo que levou à consolidação do primeiro jornal do Espírito Santo. Objetiva-se, por meio das fontes jornalísticas, bem como de relatórios governamentais, levantar dados que nos auxiliem a compreender as dificuldades inerentes à consolidação do jornalismo provincial, em uma localidade que estava fora do circuito dos impressos de grande importância no Brasil.

Cabe indagar, por exemplo, até que ponto o contexto econômico e social capixaba favorecia a emergência da imprensa e se havia, de fato, condições materiais e demanda suficientes para sustentar um empreendimento de alto custo, como uma tipografia. Durante a primeira metade do século XIX, o Espírito Santo possuía uma população modesta. Nas

¹⁹ Darnton, 1990.

Memórias de Inácio Accioli²⁰, por exemplo, o autor menciona pouco mais de doze mil habitantes em Vitória, entre livres e escravizados. No final da primeira metade do século XIX, a província, ainda com infraestrutura limitada e baixo grau de urbanização, enfrentava sérias dificuldades de deslocamento, em razão do reduzido número de pontes e demais meios de travessia²¹. A carência de instituições de ensino, condição comum à maioria das províncias, é um fator que também sugere que o contingente de pessoas alfabetizadas era pouco expressivo, o que dificultava a formação de um público leitor consolidado.

Para além destas ponderações, é necessário também ressaltar que, investigações anteriores revelam que a província não apresentava partidos políticos atuantes até 1860, o que pode ter contribuído para o processo mais lento que envolveu o advento da imprensa. Na Corte, bem como em outras províncias, a partir de 1840 já se vislumbrava a dinâmica política entre liberais e conservadores. Documentos da mesma década indicam que o coronel Francisco Monjardim, uma das figuras políticas mais influentes da província, não considerava negativa a inexistência de produção tipográfica local²². Pelo contrário, a elite política parecia preferir o uso das correspondências manuscritas para tratar de assuntos relevantes à preservação da ordem provincial. Em um ofício encaminhado à Corte, o coronel Monjardim expressou ao visconde de Macaé suas apreensões quanto à atuação da imprensa.

A trajetória da primeira tipografia no Espírito Santo ainda carece de informações que auxiliem a compreender melhor a história da cultura escrita e impressa na província no século XIX. Temos, sobretudo, algumas informações muito importantes que precisam ser avaliadas. Chamamos a atenção para o fato de que o subsídio para compra e organização de uma oficina tipográfica já estava autorizado desde 1835, baseado em uma lei promulgada pela Assembleia Provincial. No entanto, o relatório do presidente de província atesta que até 1839, o maquinário ainda não teria sido comprado. Em sua fala, o administrador chama atenção para o fato de que havia dado início aos trâmites para a compra da tipografia:

IMPRENSA

Não ocuparei vossas atenções, provando a utilidade e influencia que opera os povos a imprensa, este portentoso invento, o maior veículo dos conhecimentos humanos. Considerando quando convinha a esta província ter uma tipografia, não só para ilustração de seus habitantes; como também para publicação dos atos oficiais; porquanto, se a imprensa é sentinela avançada das liberdades publicas, também

²⁰ Accioli, I. (1978). *Memória estatística da Província do Espírito Santo, escrita no ano de 1828 por Ignácio Accioli de Vasconcellos*. Vitória: Arquivo Público Estadual..

²¹ Oliveira, J. T. (1975). *História do Estado do Espírito Santo* (2ª ed., p. 54). Vitória: Fundação Cultural do Espírito Santo. p.54.

²² Ofício de 22 de maio de 1848 enviado por Francisco Monjardim ao Visconde de Macaé, titular da pasta do Império In: APEES. Relatório do Presidente da Província do Espírito Santo, Presidência de Joaquim Marcellino da Silva Lima, em 1845, p. 7.

é uma das fortes colunas do Governo Representativo; tive todo cuidado em dar os primeiros passos para isso, e por saber que nenhum dos meus antecessores havia atendido ao artigo 3 da Lei Provincial de 23 de março de 1835, sob n.6. Aguardo resposta do ministro respectivo, a quem me dirigi sobre esse objeto.²³

Outro presidente de província, em 1840, na intenção de dar publicidade aos seus atos, lamentava a ausência da imprensa:

Pelo hábito adquirido, e que julgo indispensável aos funcionários da nação, de dar publicidade aos meus atos administrativos, sujeitando-os assim ao critério público, e tendo bastante docilidade para emendá-los, ou corrigir-me quando a censura é justa e cordata, assim como bastante resignação, quando é injusta e infundada, sinto o não haver-se até agora montado a tipografia, que foi mandada vir a expensas de um zeloso cidadão vosso digno colega. Um hábil estrangeiro que reside na Corte, sabendo que ela não trabalhava por falta de compositor e impressor, ofereceu-se-me para isso; e avisando-lhe, de acordo com o proprietário, que quanto antes lhe colocasse condições²⁴

O relato do administrador provincial, escrito em 1840, indica que, naquele contexto, o maquinário da oficina já havia chegado no Espírito Santo e não fora montado. No entanto, percebe-se que algumas questões foram cruciais para o atraso no funcionamento da tipografia: a ausência de compositor e impressor para manusear a oficina. Pelos apontamentos do presidente, verifica-se que o mesmo havia tentando sanar a falta de mão de obra, conversando com um indivíduo residente na Corte, que se dispôs a trabalhar na tipografia.

Mesmo com inúmeros contratempos, a *Tipografia Capitaniense* de Ayres Tovar, iniciou seu funcionamento em 1840, para a publicação do que deveria ser o primeiro jornal do Espírito Santo. O primeiro periódico produzido na província surgiu por iniciativa e financiamento da elite política local, mediante contrato com a Assembleia Legislativa Provincial feito com Tovar. Tal arranjo institucional implicava um controle direto sobre o conteúdo dos impressos: o contrato previa, expressamente, a proibição de críticas ao governo e aos deputados, o que configurava uma forma de censura indireta à imprensa nascente. Infelizmente, os memorialistas indicam que a experiência tipográfica inicial foi breve: o prelo funcionou apenas uma vez, imprimindo o periódico *O Estafeta*. Os autores locais como Basílio Daemon e Amâncio Pereira relatam que dificuldades técnicas — especial-

²³ APEES. Relatório com que o Exm. Sr. Silva Coito, Presidente da Província do Espírito Santo abriu a sessão ordinária da respectiva Assembléa Legislativa no dia um de abril do corrente anno, 1839.

²⁴ APEES. Relatório com que o Exm. Sr. José Joaquim Machado de Oliveira, Presidente da Província do Espírito Santo abriu a sessão ordinária da respectiva Assembléa Legislativa no dia um de abril do corrente anno, 1841.

mente relacionadas ao fornecimento de papel e tinta — comprometeram o resultado da impressão. As páginas do jornal apresentaram manchas, e o prelo de madeira, mal montado segundo as fontes, contribuiu para o fracasso da *Tipografia Capitaniense*, símbolo dos desafios enfrentados pela materialidade da imprensa em uma província periférica do Império brasileiro. Em um jornal publicado no fim do século XIX é possível coletar dados sobre o primeiro jornal:

“1840 – capital – Estafeta: foi o primeiro jornal publicado, sendo a tipografia também a primeira estabelecida. Era propriedade do alferes da 1ª. Linha Ayres Vieira de Albuquerque Tovar e direção de José Marcellino Pereira de Vasconcellos. Esse jornal foi estabelecido para contratar a publicação dos atos oficiais. Apareceu somente um número, devido a não terem obtido boa impressão, talvez pela má qualidade da tinta que era preparada na mesma tipografia”²⁵.

A vida relativamente curta do jornal *O Estafeta*, primeiro jornal da província, nos permite indagar diversas alternativas para que só um número tenha sido publicado. Em nossa opinião, a precariedade do material de impressão, como papel e tinta, e até mesmo a própria tipografia, nos indicam que as condições eram muito adversas para a continuidade de *O Estafeta*. Para oferecer um jornal de qualidade superior, possivelmente o preço da folha se tornaria mais alto, o que dificultaria sua venda, em uma província com pouco acesso à leitura.

O maquinário da tipografia ficou, então, sem utilização por vários anos, aguardando pela melhoria dos insumos, mas também por ocasião do adoecimento de seu proprietário. Infelizmente, Ayres Tovar faleceu. Somente em 1848 sua viúva vendeu a tipografia vendida a Pedro Antônio de Azeredo, novo proprietário. Azeredo selou novo contrato com a Assembleia Provincial, a fim de publicar os atos oficiais da província. Em 1849, iniciou-se a publicação do *Correio da Victória*.²⁶

Os primeiros anos de atividade editorial foram muito difíceis na província. Os impressos, que antes não faziam parte da cultura política local, agora circulavam pelas ruas da capital, a cidade de Vitória. Nos primeiros números, Pedro de Azeredo se concentrou em apresentar aos habitantes os benefícios da imprensa e, para além disso, também destacou os perigos e demandas de se imprimir. O *Correio da Victória* deixava claro ao público que estava disponível para receber correspondências, escritos, anúncios e

²⁵ *O Estado do Espírito Santo*, 4 de jun. de 1892. n.2752.

²⁶ *O Estado do Espírito Santo*, 4 de jun. de 1892. n.2752.

textos de seus leitores, mas advertia que não seria permitido o mau uso do jornal para celeumas políticas e difamações²⁷.

3.2. As transformações do jornalismo provincial na década de 1860

Durante a década de 1850, a província presencia pouca modificação em sua atividade tipográfica. Relatos de outros presidentes de província indicam que desde 1840, com a chegada do prelo na capital, até 1853, só havia uma tipografia na província, a mesma implementada por Pedro de Azeredo. A fala do administrador local aponta para a necessidade de proteger a única oficina existente, posto sua importância:

Além destas peças oficiais que foram mencionadas, vos farei apresentar diversos mapas que se referem à este relatório e que não o acompanham para diminuir a despesa que muito aumentaria com a impressão que devo autorizar do mesmo relatório: a maior despesa que se fez a este assunto no exercício de 1852 e que é compreendida na despesa da província me levou tal procedimento. Ainda que muitas vezes se deva estar mal com os homens pelos abusos à que são encaminhados na imprensa, não se pode desconhecer os proveitos que dela vem à sociedade. Explicando-me por este modo, bem desejarei que desses alguma proteção mais ampla ao único prelo existente na província à fim de que se obtivesse um meio de melhorá-lo”²⁸.

Apenas em 1854 surge uma segunda oficina local, a Tipografia Imparcial, de Manoel Ferreira das Noves, que passa a publicar o jornal *A Regeneração*. Anos mais tarde, nomeadamente na década de 1860 foi que a província se viu permeada por jornais. Memorialistas como Amâncio Pereira²⁹ e os estudos sobre a literatura espírito santense promovidos por Afonso Cláudio³⁰, atestam que a imprensa desta quadra fora quase exclusivamente política. O contexto marca também o período de maior delimitação dos partidos locais, liberal e conservador, que passam a utilizar os jornais como veículos de difusão de ideias políticas. O gráfico abaixo acentua a efervescência dos jornais políticos que surgiram após 1860.

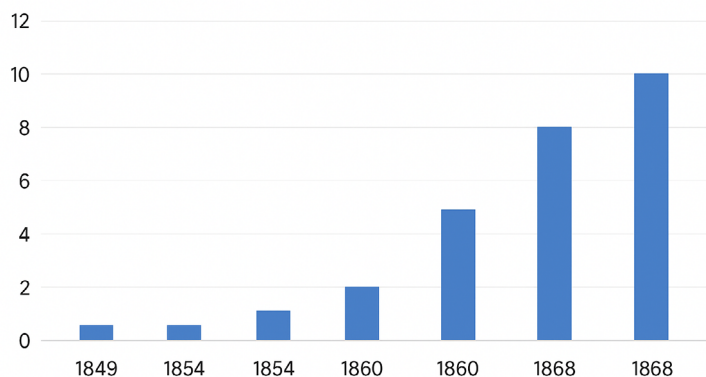
²⁷ Siqueira, K. (2025). *O advento da imprensa na Província do Espírito Santo e os primeiros anos de atividade editorial no século XIX: Uma análise sobre o jornal Correio da Victória, 1849–1855*. *Almanack*, 39, 1–32. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/alm/a/j394CmNghDDC33BPBTsbQGG/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 20 out. 2025.

²⁸ Relatório do presidente Evaristo Ladislau e Silva de província dirigido à Assembleia Legislativa na sessão ordinária de 23 de maio de 1853. *Typographia Capitaniense*.

²⁹ Pereira, H. A. (1922). *História da imprensa capixaba*. *Revista do Instituto Histórico e Geográfico do Espírito Santo*. pp. 95 – 106.

³⁰ Rosa, A. C. de F. (1912). *História da literatura espírito-santense*. Porto: Oficina do Comércio do Porto.

Aumento de Jornais no Espírito Santo (1849–1868)



Fonte: Hemeroteca Digital
(Biblioteca Nacional do Brasil)

Deste modo, é também peculiar a situação da imprensa capixaba que, inicia sua atividade editorial com acentuadas dificuldades, mas que, em pouco tempo, exhibe transformações significativas com relação à produção jornalística, embora não tenha passado pelas fases anteriores do jornalismo do período da independência e regencial, como ocorreu em outras localidades do Brasil no século XIX. Assim, em um curto período, por influência das transformações da esfera pública, tal como concebe as formulações dadas por Habermas³¹, a província do Espírito Santo articula modificações inerentes à cultura política local³².

As modificações recorrentes do jornalismo vislumbrado na província do Espírito Santo, a partir de 1860, parecem se assemelhar, em alguns aspectos, à caracterização proposta por Jorge Pedro Souza, ao enfatizar modificações cruciais ocorridas no jornalismo português a partir de 1851³³. Verifica-se, principalmente a adesão dos partidos políticos aos jornais como veículos importantes de difusão de ideias, bem como a grande diversidade de assuntos presente nos periódicos e a presença de noticiário. Importante ressaltar que, assim como Jorge Pedro Souza atesta para Portugal, a província do Espírito Santo também não demonstra nesse período a superação no analfabetismo, mas torna-se evidente o crescimento do público leitor por meio da verificação das listas de votantes e da tiragem dos jornais.

³¹ Habermas, J. (1983). *Mudança estrutural da esfera pública*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.

³² Cabe ressaltar que a década de 1860 é considerada por José Murilo de Carvalho como um período de grande produção intelectual, sobretudo no Rio de Janeiro: Carvalho, J. M. de. (2007). *A construção da ordem / Teatro de sombras*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.

³³ Sousa, J.P. (2021). Portugal. Pequena história de um grande jornalismo I: da manufatura à indústria. Livros ICNOVA - Instituto de Comunicação da NOVA. p.201.

Outro ponto a ser apontado e que ultrapassa a caracterização dos jornais da década de 1860 no Espírito Santo, é a semelhança de seus títulos com os de periódicos portugueses³⁴. Percebe-se, assim, que os impressos lusitanos serviram, muitas vezes, de inspiração para os jornalistas provincianos. Em Lisboa, por exemplo, criou-se o jornal *O Tempo*, em 1835 como veículo da esquerda liberal. Na província do Espírito Santo, José Marcellino Pereira de Vasconcellos criou em 1861 um jornal com o mesmo título, marcando o início do jornalismo liberal na província.

Outros títulos como *O Estandarte*, periódico de 1847 ligado à direita conservadora em Lisboa, parecem ter sido a base para que o conservador Basílio de Carvalho Daemon criasse um jornal com o mesmo título na década de 1860, na província do Espírito Santo. Outras denominações de periódicos como, por exemplo, *O Constitucional*, *Periódico dos Pobres*, dentre outros, podem também ser citados como títulos portugueses que apresentam semelhanças com jornais que são criados na província, posteriormente.

Assim, a década de 1860 viu florescer um jornalismo política na província, acentuando a disputa entre liberais e conservadores locais. Transformações visualizadas, também, na cultura política local, ampliam geograficamente o jornalismo, criando tipografias que extrapolam a capital, fazendo com que os impressos agora circulem no interior do Espírito Santo. Tal reformulação da imprensa também acarretou mudanças significativas na linguagem e nos conceitos vistos no Espírito Santo, compondo assim, um novo vocabulário político.

Conclusões

A análise da emergência e consolidação da imprensa na província do Espírito Santo, entre 1849 e 1860, permite compreender as formas pelas quais a cultura impressa se configurou em territórios periféricos do Império brasileiro. O estudo evidencia que o advento da tipografia e do jornalismo capixaba não se deu como mera reprodução do modelo centralizador das províncias mais dinâmicas, como Rio de Janeiro, Pernambuco e São Paulo, mas como uma adaptação criativa, permeada por obstáculos técnicos, carências materiais e um ambiente político em formação. A trajetória de periódicos como *O Correio da Victória* demonstra que a imprensa foi resultado de uma convergência entre interesses da elite política local, práticas administrativas e aspirações de modernização cultural, consolidando-se como um espaço de mediação entre o poder e a sociedade.

³⁴ A comparação entre os títulos aqui mencionados se baseia no levantamento elaborado por Jorge Pedro Souza (2021) para os jornais lusitanos.

O estudo revela ainda o peso das condições materiais e da infraestrutura técnica na formação de uma cultura impressa provincial. A escassez de papel, tinta e mão de obra especializada, bem como o isolamento geográfico, impuseram limites concretos à produção tipográfica. Essas restrições, longe de configurarem apenas um atraso, tornam-se chaves de leitura para compreender a singularidade da imprensa em contextos periféricos. A precariedade técnica e a efemeridade de experiências como a do *Estafeta* (1840) ilustram a materialidade como dimensão constitutiva da história da imprensa, tal como propõem Robert Darnton e Donald McKenzie, permitindo observar como o texto impresso é inseparável de seu suporte e das condições sociais de sua produção.

Por outro lado, a expansão do jornalismo no Espírito Santo a partir da década de 1860 revela um processo de maturação da esfera pública provincial. A formação de partidos locais e o uso dos periódicos como instrumentos de combate político, em especial após a fundação de *A Regeneração* em 1854, indicam o alinhamento do Espírito Santo às transformações mais amplas do jornalismo brasileiro e europeu, aproximando-se do modelo partidário descrito por Jorge Pedro Sousa para Portugal. O jornal deixa de ser mero veículo administrativo e assume papel ativo na formação de opinião e na circulação de ideias liberais e conservadoras, tornando-se um campo de disputa simbólica e de legitimação social.

Essa transformação política e cultural é inseparável da construção de um público leitor emergente. Ainda que o analfabetismo fosse expressivo, o aumento do número de votantes e a crescente tiragem dos periódicos revelam uma ampliação do horizonte da leitura e da participação cívica. As elites locais, formadas majoritariamente por letrados e funcionários públicos, utilizaram o impresso como instrumento de afirmação de autoridade e mediação de interesses, ao mesmo tempo em que consolidavam uma linguagem política que inseria a província nos debates nacionais. A imprensa capixaba do Oitocentos, assim, configura-se como um dispositivo de modernização simbólica, que unia práticas locais e influências transnacionais, visíveis até mesmo na adoção de títulos inspirados em periódicos portugueses.

Em última instância, o estudo da imprensa capixaba entre 1849 e 1860 permite reavaliar o próprio conceito de “periferia” na história da cultura impressa brasileira. Ao invés de um espaço passivo ou atrasado, o Espírito Santo surge como um laboratório de experiências de mediação cultural, em que os impressos, as tipografias e os agentes locais moldaram, à sua maneira, as formas de escrita, leitura e sociabilidade política. O jornalismo capixaba oitocentista, mesmo em sua aparente fragilidade, revela-se uma poderosa chave para compreender os modos pelos quais a palavra impressa se enraizou na província e projetou novas formas de pertencimento e consciência pública. Assim, a pesquisa contribui não apenas para o campo da História da Cultura Escrita e da Imprensa, mas também para a História do Jornalismo e da Comunicação, ao iluminar os processos de formação de públicos, e de circulação de ideias em um espaço periférico do Império. Trata-se, portanto,

de uma abordagem que amplia o entendimento das dinâmicas culturais e informacionais do século XIX, integrando o Espírito Santo ao panorama mais amplo da modernidade do jornalismo no Brasil.

Referências bibliográficas

- Abreu, M.** (2003). *Os caminhos dos livros*. Mercado de Letras; Associação de Leitura do Brasil (ALB); FAPESP.
- Acioli, I.** (1978). *Memória estatística da Província do Espírito Santo, escrita no ano de 1828 por Ignácio Accioli de Vasconcellos*. Arquivo Público Estadual.
- Barbosa, M.** (2010). *História cultural da imprensa: Brasil, 1800-1900*. Mauad X.
- Basile, M.** (2009). O laboratório da nação: A era regencial (1831–1840). In K. Grinberg & R. Salles (Orgs.), *O Brasil Imperial: Vol. II – 1831-1870* (pp. 13–67).: Civilização Brasileira.
- Bessone, T.** (2005). *Livros de história: bibliotecas e mercado editorial no século XIX*. In *Anais do XXIII Simpósio Nacional de História* (ANPUH), Londrina, PR.
- Carvalho, J. M. de.** (2007). *A construção da ordem / Teatro de sombras*. Civilização Brasileira.
- Darnton, R.** (1990). *O beijo de Lamourette: Mídia, cultura e revolução*. Companhia das Letras; Schwarcz.
- Lustosa, I.** (2000). *Insultos impressos: A guerra dos jornalistas na Independência, 1821-1823*. Companhia das Letras.
- Martins, A. L., & Luca, T. R. de.** (2006). *Imprensa e cidade*. Editora Unesp.
- McKenzie, D. F.** (2018). *Bibliografia e a sociologia dos textos*. Editora da Universidade de São Paulo.
- Morel, M.** (2005). *As transformações dos espaços públicos: Imprensa, atores políticos e sociabilidades na cidade imperial, 1820-1840*. Hucitec.
- Oliveira, J. T.** (1975). *História do Estado do Espírito Santo* (2ª ed., p. 54). Fundação Cultural do Espírito Santo.
- Pereira, H. A.** (1922). *História da imprensa capixaba*. *Revista do Instituto Histórico e Geográfico do Espírito Santo*, 3, 95-106.
- Ribeiro, G. S.** (2009). Nação e cidadania nos jornais da época da Independência: O *Correio do Rio de Janeiro* como estudo de caso. In J. M. de Carvalho & L. M. B. P. das Neves (Orgs.), *Repensando o Brasil do Oitocentos: Cidadania, política e liberdade* (pp. 207–238). Civilização Brasileira.
- Rizzini, C.** (1988). *O livro, o jornal e a tipografia no Brasil, 1500-1822 (com um breve estudo geral sobre a informação)*. Imprensa Oficial do Estado de São Paulo.
- Rosa, A. C. de F.** (1912). *História da literatura espírito-santense*. Oficina do Comércio do Porto.
- Siqueira, K. S.** (2013). *Imprensa e partidos políticos na Província do Espírito Santo, 1860-1880*. Vitória: Cadernos de História, Instituto Histórico e Geográfico do Espírito Santo (IHGES).
- Sodré, N. W.** (1966). *História da imprensa no Brasil*. Civilização Brasileira.
- Sousa, J.P.** (2021). Portugal. Pequena história de um grande jornalismo I: da manufatura à indústria. Livros ICNOVA - Instituto de Comunicação da NOVA
- Tengarrinha, J.** (1989). *História da imprensa periódica portuguesa* (2ª ed.). Editorial Caminho.

Documentação primária

- Relatório com que o Exm. Sr. Silva Coito, Presidente da Província do Espírito Santo abriu a sessão ordinária da respectiva Assembléa Legislativa no dia um de abril do corrente anno, 1839.
- Relatório com que o Exm. Sr. José Joaquim Machado de Oliveira, Presidente da Província do Espírito Santo abriu a sessão ordinária da respectiva Assembléa Legislativa no dia um de abril do corrente anno, 1841.
- Relatório do presidente Evaristo Ladislau e Silva de província dirigido à Assembleia Legislativa na sessão ordinária de 23 de maio de 1853. Typographia Capitaniense.
- *O Correio da Victória* (1849 e anos subsequentes) — Hemeroteca Digital da Biblioteca Nacional.
- *O Estado do Espírito Santo*, 4 de jun. de 1892. n.2752.
- Ofício de 22 de maio de 1848 enviado por Francisco Monjardim ao Visconde de Macaé, titular da pasta do Império In: APEES. Relatório do Presidente da Província do Espírito Santo, Presidência de Joaquim Marcellino da Silva Lima, em 1845.

A imprensa do concelho de Almada após o 25 de abril de 1974: 50 anos de periodismo local

João Paulo Limão

CE3C – Centro de Ecologia, Evolução e Alterações Ambientais

ORCID: 0000-0001-6383-6364

Resumo: A imprensa local e regional é uma das fontes fundamentais de grande parte do conhecimento do público sobre a vida local. Caracterizada pela sua proximidade face às comunidades e territórios em que se insere, distingue-se sobretudo pela incidência informativa e cobertura noticiosa dos eventos e factos que aí ocorrem. No entanto, a imprensa local e regional corresponde igualmente a um universo de grande heterogeneidade, que engloba publicações muito diversas na forma, conteúdo, tema e propósito, que vai desde o boletim à revista, do entretenimento às notícias, da cultura ao desporto ou da informação ao panfletarismo. Acresce que a exiguidade dos territórios e mercados em que se localizam e a consequente fragilidade empresarial das suas estruturas torna-as suscetíveis a uma série de dificuldades económicas que geram uma dependência da publicidade institucional e do poder local, mas também a partilha estreita do espaço geográfico entre fontes e informadores, com indefinição dos papéis pessoais e profissionais, pode levar a pressões sobre os jornalistas. Em Almada, após o 25 de Abril de 1974, assistiu-se a um intenso período de expansão de novos periódicos. Embora a imprensa almadense tenha uma história com mais de dois séculos, quase três quartos das publicações sediadas no concelho surgiram nos últimos 50 anos. Estas publicações refletem o forte dinamismo das forças vivas da região, com muitas associações, empresas, partidos políticos, sindicatos, escolas, igrejas e clubes desportivos a produzirem uma variedade de publicações que apresentam e defendem as suas perspetivas sobre o concelho e as questões que defendem. Dentro desta grande variedade, as publicações dedicadas à informação jornalística representam um pequeno grupo de menos de um décimo das publicações que surgiram neste período. Estas publicações têm tido uma longevidade muito curta, o que parece confirmar a sua fragilidade e dependência.

Palavras-chave: imprensa regional; jornalismo; Almada; história

Introdução

A imprensa local e regional é aquela em que se verifica uma maior ambiguidade e indefinição de conceitos. Comumente, refere-se a um campo de jornalismo focado no compromisso com os pequenos territórios e respetivas comunidades (Jerónimo, 2015). Tendem assim a definir-se os meios de comunicação social local e regional sob um critério geográfico, correspondendo a um espaço circunscrito, designado por “território” (Camponez, 2002), ou a comunidade, conforme definido na Lei de Imprensa (nº 2/99), que afirma serem “publicações de âmbito regional as que, pelo seu conteúdo e distribuição, se destine predominantemente às comunidades regionais e locais”. Contudo, trata-se de uma realidade heterogénea que nem sempre equivale a uma imprensa informativa generalista, pois este conceito parece poder englobar também publicações doutrinárias, de opinião, especializadas e outras (Sousa, 2007).

Esta imprensa local e regional corresponde a uma oportunidade de revitalização da opinião pública, devido à proximidade entre a decisão política, espaço mediático e vida quotidiana, que comporta vantagens e benefícios para a afirmação de uma esfera pública local (Correia, 2006).

Nos processos políticos democráticos, os *media* noticiosos desempenham três importantes funções de serviço público: constituem-se como fóruns eleitorais nos quais os candidatos apresentam as suas propostas e solicitam o apoio dos eleitores, geram uma esfera pública onde o público se pode informar e debater a multiplicidade de perspetivas e de escolhas, e desempenham uma função de monitorização, como “watchdogs” que vigiam o comportamento de administrações e de governantes (Iyengar, 2011). Existem ainda sinais que indiciam um efeito positivo da imprensa local na vida política e participação das comunidades. A cobertura mediática de eleições locais, por parte da imprensa regional, tende a ter efeitos positivos na votação em eleições (Baekgaard et al., 2014). Pelo contrário, quando se verifica uma reduzida cobertura noticiosa de âmbito local, esta tendência parece refletir-se numa menor participação cidadã, inclusive ao nível do voto (Hayes & Lawless, 2015).

No geral, os meios de comunicação social, nomeadamente os *media* locais, parecem desempenhar diversas funções relacionadas com a coesão social, em que se inclui a vigilância do ambiente sociopolítico, a responsabilização das autoridades, a divulgação de acontecimentos que possam afetar o bem-estar dos cidadãos, o diálogo entre a diversidade de pontos de vista, a definição de uma agenda, e o incentivo para a aprendizagem e envolvimento dos cidadãos (Leupold et al., 2018), e as populações reconhecem a importância dos meios de comunicação social para acederem a informação atual sobre os territórios que habitam, indicando a consulta regular de órgãos de comunicação social local e regional como fontes de informação sobre estes territórios (Correia et al., 2014; Limão, 2020).

No entanto, a proximidade e a interpenetração entre público e privado pode acarretar também algumas repercussões negativas, ao impelir para um sentimentalismo e atitude reverencial dos jornalistas e diretores destes órgãos de comunicação social em relação aos poderes políticos e económicos locais (Camponez, 2002). Os jornalistas de órgãos de comunicação social locais tendem para um certo relaxamento e menor rigor, que deriva da partilha de um estreito espaço geográfico entre sujeito, objeto e público (informantes, informação e informados) refletido em fontes menos diversificadas (Izquierdo Labella, 2010), que pode contribuir para uma pressão “subtil” sobre jornalistas locais (Serrano, 2006). Observa-se uma tendência para reproduzir uma imagem idílica dos territórios e para espirais de consenso e mesmo de algum silêncio coletivo (Camponez, 2002; Correia, 2006). De acordo com Carvalheiro, nos meios de comunicação social locais, os temas políticos tendem a surgir como um exclusivo do poder e partidos políticos, não existindo um debate com a sociedade civil, a qual fica confinada numa inocuidade noticiosa apolítica, sendo que as esferas política e da sociedade civil não se interpenetram (Carvalheiro, 2005, 2007). A profissionalização e

eficiência dos gabinetes de comunicação dos municípios parece conseguir exercer um efeito condicionador sobre os materiais publicado nos jornais regionais (Costa, 2005).

Um fator que contribui para a fragilidade da imprensa regional é a exiguidade dos mercados locais, que leva uma elevada dependência económica de publicidade institucional e do poder local, que é muitas vezes o principal anunciante (ERC, 2010). Acresce que, em parte por esta razão mas também, em alguns casos por escassez de jornalistas nestas regiões, estes jornais se caracterizam por uma escassez de quadros profissionais. Uma análise aos jornalistas da imprensa regional revelou que estes representavam uma percentagem desproporcionalmente baixa (13,5%) em comparação com a percentagem de 53.7% das publicações (Pascoal, 1996). Em estudo mais recente, identificou-se que os corpos redatoriais de jornais locais do distrito de Beja revelavam um número reduzido de jornalistas, sendo inclusivamente comum a inexistência de identificação de quaisquer jornalistas profissionais em alguns dos jornais estudados (Limão, 2025).

Acresce que a profissão de jornalista se encontra exposta a uma elevada vulnerabilidade, precariedade e proletarização (Garcia et al., 2021), além de uma crescente flexibilização e desespecialização de funções (Carvalho, 2021). A isto acresce-se uma política de baixos salários (Jerónimo, Ballesteros, et al., 2022), com a média de remuneração mensal líquida a situar-se abaixo dos 1000 euros, e com quase 50% dos jornalistas insatisfeitos com salário e progressão na carreira (Morais et al., 2020).

Na atualidade, o jornalismo encontra-se submetido a um cenário generalizado de crise (Pickard, 2020), causada pela alteração dos modelos de negócio e de financiamento, nomeadamente a publicidade e transição para o formato online (Sjøvaag & Owren, 2021), pela alteração de comportamento dos públicos, e também por uma descredibilização dos *media*, que se acentua entre os órgãos de comunicação locais (Ramos, 2021). O jornalismo local e regional encontra-se exposto a uma erosão e perda de influência (Mota, 2023), sendo que os ecossistemas de *media* locais refletem os problemas e as tensões identificadas nos *media* nacionais (Guimerà et al., 2018), mas agudizados pela sua fragilidade económica e dimensão. Esta falta de meios económicos e humanos tem levado ao “desaparecimento de vários periódicos” (Flores & Antunes, 1984, p. 64). Algo que sucede em diferentes territórios locais como é exemplo o distrito de Beja, em que os jornais têm revelado uma reduzida longevidade (Limão, 2018, 2025).

Este progressivo desaparecimento de meios de comunicação social locais e regionais poderá levar à afirmação de um novo fenómeno: os “desertos de notícias”, que correspondem a comunidades que têm um acesso limitado a notícias e informações fiáveis, que contribuam para o suporte do funcionamento da democracia (Abernathy, 2020).

Em Portugal, observa-se uma “interiorização” do fenómeno dos desertos de notícias, com a maioria dos concelhos que não possuem órgãos de comunicação social a localizarem-se no interior do país, sendo os concelhos com menos habitantes, assim como regiões economicamente desfavoráveis, nomeadamente com menor Produto Interno Bruto (PIB) (Ramos, 2021).

As regiões Norte, Centro e Alentejo são aquelas em que se verifica um maior número de desertos e semidesertos de notícias, encontrando-se aqui mais de 80% dos casos identificados em Portugal. Os distritos de Beja, Bragança, Évora, Portalegre e Vila Real são aqueles que têm a maior parcela de concelhos em algum tipo de deserto de notícias. O distrito de Setúbal não tem ainda nenhum concelho considerado como deserto. No entanto, o concelho de Almada surge identificado no *News Deserts Report 2022* como um território em risco, por ser um município com apenas um meio de comunicação social a produzir notícias sobre este território (Jerónimo, Ramos, et al., 2022).

O estatuto de “deserto de notícias” pode ter impactos significativos na vida das comunidades e dos indivíduos. Entre as consequências negativas podem assinalar-se uma menor informação dos cidadãos, acentuando-se assimetrias de conhecimento, e um menor envolvimento cívico, um maior isolamento dos membros da comunidade, uma comunidade local menos ativa e envolvida, e um poder local menos eficiente (Gulyas et al., 2023; Karlsson & Rowe, 2019; Miller, 2018).

Uma breve história da imprensa regional

Assinala-se a “Gazeta em Que Se Relatam as Novas Todas Que Houve Nesta Corte e Que Vieram de Várias Partes no Mês de Novembro de 1641” como o primeiro periódico em Portugal (Sousa, 2018). Alguns anos mais tarde, em 1663, surge o “Mercúrio Portuguez” (Sousa et al., 2012).

Mas a nível de imprensa regional, seria necessário aguardar até 1808, quando o “Minerva Lusitana” surge, em Coimbra, em virtude da insurreição contra o exército napoleónico (Tengarrinha, 1989, 2013). Entre os anos de 1808 e 1815, as invasões francesas terão motivado um surto de literatura de resistência, que levou à circulação de mais de 2000 folhas volantes, manifestos e proclamações oficiais. A resistência popular, inicialmente limitada a atos isolados, vai-se tornando mais forte e sistemática a partir de maio de 1808 (Tengarrinha, 2013).

No Porto surge o “Leal Português” e em Almada, a partir de 25 de agosto, são publicados 12 números manuscritos de a “Gazeta de Almada”, uma folha periódica cuja missão consistia em desmoralizar e ridicularizar tropas francesas (CMA - DHLAH, 2008b; Flores & Antunes, 1984; Tengarrinha, 2013), e que será a precursora da imprensa local almadense. No ano seguinte, com um novo impulso da imprensa política e noticiosa, esta publicação

assume o nome de “Gazeta de Almada ou o Telescópio Português”, e passa a ser impressa na Impressão Régia. Inicialmente com periodicidade semanal, torna-se bissemanal a partir de outubro e assume o título de “Telescópio Português”, segundo o seu redator, José Anastácio Falcão, devido a uma mudança do tom jocoso para o sério. Mas em janeiro de 1810 retoma o nome anterior (Tengarrinha, 2013).

O século XIX correspondeu a um período de expansão para a imprensa e para o jornalismo em Portugal, apesar das crises políticas, problemas sociais e pobreza (Sousa & Lima, 2021a). A primeira lei da liberdade de imprensa é promulgada em 12 de julho de 1821, com rubrica e guarda de D. João VI (Tengarrinha, 1989), gerando-se o imediato surgimento de 39 novos jornais nesse ano.

No entanto, a circulação das publicações encontrava-se ainda bastante condicionada. Durante o período da guerra civil, de 1846-47, a circulação de jornais estava quase limitada aos locais em que eram impressos. Nos outros centros urbanos, como Coimbra, Braga e Évora, circulavam folhas que funcionavam como porta-vozes oficiais do Governo de Lisboa ou da Junta Governativa do Porto (Tengarrinha, 2013). Até ao último quarto do século XIX a imprensa reduz-se quase exclusivamente a Lisboa e Porto (Tengarrinha, 1989). Apenas no final desta centúria se assiste a uma maior proliferação de periódicos locais. Um movimento que é resultado do fim dos constrangimentos políticos do cabralismo e do aumento dos núcleos políticos locais, assim como do “reconhecimento pelas elites locais da vantagem de defenderem por esse meio os interesses das suas localidades junto da Corte” (Tengarrinha, 2013, p. 791). Entre 1894 e 1900, além de 188 jornais sediados no distrito de Lisboa e de 91 no Porto, existiam sete em Beja, igual número no Funchal, e seis em Bragança (Tengarrinha, 1989, pp. 232–233). “No entanto, eram muitos os lamentos de que, havendo folhas periódicas na maior parte das províncias e cidades do Reino quase exclusivamente dedicadas à defesa dos interesses locais, a sua voz chegava tão amortecida a Lisboa que não tinha qualquer efeito nos centros de decisão” (Tengarrinha, 2013, p. 792).

Em Almada, a “proximidade dos acontecimentos políticos, sociais e culturais da capital explica a dinâmica, por vezes efémera, da imprensa almadense na segunda metade do século XIX”. Estes jornais refletem quase sempre o espírito do seu diretor ou grupo que os apoia, “[a]dvogando os princípios dos regimes e do Estado, ou opondo-se pela crítica aos «podres» do sistema” (CMA - DHLAH, 2008b, p. 11). Neste período, vários jornais como “O Almadense” (1855-56), “A Esperança” (1857) ou “A Caridade” (1856) tornam-se marcadamente políticos, substituindo o carácter essencialmente noticioso pela polémica e pelo debate social (CMA - DHLAH, 2008b).

A industrialização do concelho em áreas diversas como a indústria naval, fiação, fabrico de pólvora, moagem ou transformação de cortiça, promovem uma redefinição socioprofissional, com o aparecimento do movimento operário e de um forte associativismo. Ainda no

final do século XIX, a par do desenvolvimento industrial, florescem as ideias republicanas, socialistas e anarquistas, que viriam a sustentar o surgimento de publicações dirigidas a determinados grupos profissionais como a “A Voz do Descarregador: órgão dos trabalhadores de beira-mar” e “O Corticeiro: semanário operário: órgão da indústria corticeira, e do proletariado em geral” (Flores, 2000), refletindo algumas atividades económicas do concelho e a vida socioprofissional e política das populações.

O início do século XX, com a implantação da República, é marcado por uma profícua atividade editorial, com o aparecimento de 18 novas publicações no concelho durante o primeiro quartel da centúria. Contudo, a instauração da ditadura militar em 28 de maio de 1926 leva a alterações no panorama da imprensa do concelho. Primeiro, a ditadura militar assinala o princípio do entendimento da censura como uma “arma” face a conflitos externos e internos, mas é a Constituição de 1933 que assume a censura prévia constitucional e a rutura com o pensamento liberal. Inicia-se um período longo de paternalismo para com os cidadãos, que necessitariam de orientação e apoio para distinguir o bem e o mal, numa prática de controlo alicerçado no medo, que só terminará com a revolução de Abril de 1974 (Garcia, 2009).

O quase meio século de restrição de diversas liberdades, como a de expressão, que assinala o governo do Estado Novo em Portugal, caracteriza-se pela proliferação da censura e por medidas repressivas, como a aplicação de multas, a apreensão de exemplares de algumas publicações, e inclusive a prisão de jornalistas e editores (Sousa, 2024). Durante este período, é sobretudo dentro do associativismo das coletividades que vão emergir jornais e boletins direcionados para a divulgação de atividades municipais, memória histórica, e vida cultural e associativa (CMA - DHLAH, 2008b).

O período subsequente, de recém conquistada liberdade, com o 25 de abril de 1974, reflete-se na proliferação de novas publicações, nomeadamente de carácter ideológico (Flores, 1985). Contudo, este período marcadamente político contribui também para alguma instabilidade no sector editorial e jornalístico (Gomes, 2018), que acabará para levar à efemeridade e encerramento de alguns títulos.

Metodologia

Este estudo assenta numa análise histórica a publicações periódicas sediadas no concelho de Almada, desde 1800 até hoje, utilizando uma metodologia mista, quantitativa e qualitativa. Numa primeira etapa, foi feita uma identificação de todas as publicações com sede neste concelho com recurso a fontes bibliográficas (CMA - DHLAH, 2008b, 2008a; Flores, 1985; Flores & Antunes, 1984) e consulta de arquivos documentais. A pesquisa em arquivos iniciou-se na plataforma PORBASE – Base Nacional de Dados Bibliográficos, com utilização do recurso “Palavras em local publicação”, através de pesquisas pelo local

“Almada” e igualmente pelo nome de todas as freguesias deste concelho, anteriores à lei 11-A/2013. Esta pesquisa seria complementada com a consulta dos arquivos da Biblioteca Nacional de Portugal (BNP) e do Arquivo Histórico Municipal de Almada, e ainda da base de dados da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC). O cruzamento destas fontes permitiu a elaboração de uma lista cronológica de títulos que, numa tentativa de sistematização racional dos fenómenos históricos, visou a periodização desta cronologia em etapas (Sousa & Lima, 2020, 2021b), que seguiu anteriores propostas de periodização para a comunicação social do concelho de Almada que contemplavam três épocas principais (Flores & Antunes, 1984). As publicações desta terceira época, correspondente ao período posterior a 25 de abril de 1974, foram classificadas de acordo com o tipo de instituição proprietária do título e de acordo com o tema principal identificado, segundo categorias resultantes de uma leitura flutuante (Bardin, 2009), e quantificadas em unidades (Vala, 2003). Por fim, as publicações periódicas classificadas como imprensa independente foram submetidas a uma análise de conteúdo, de forma a apurar com maior detalhe elementos como a direção, periodicidade, tipos de notícias e período de publicação.

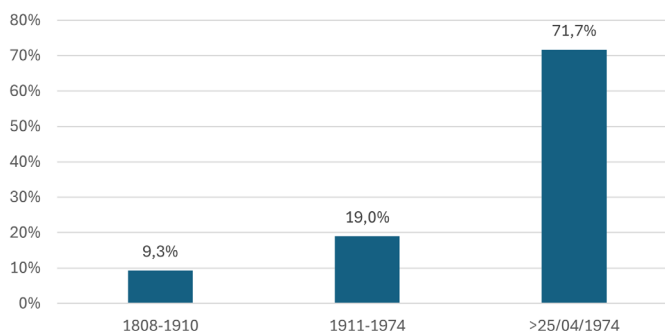
A opção pelo estudo exclusivo de publicações periódicas impressas em papel resulta de uma maior fidedignidade das bases de dados consultadas, em comparação com outro tipo de análises, como de publicações em formato digital, de carácter mais efémero e de difícil identificação.

Resultados

A pesquisa bibliográfica e a consulta de arquivos documentais permitiu a identificação de 311 publicações periódicas sediadas no concelho de Almada, desde a publicação da “Gazeta de Almada”, em 1808, até ao final de 2023.

A partir desta listagem cronológica, decidiu-se adotar um modelo periodização de forma a categorizar e organizar a informação sobre estas publicações (Sousa & Lima, 2021b), tendo-se seguido o modelo proposto por Flores e Antunes (1984), com uma divisão em três épocas: 1ª época: 1808 a 1910; 2ª época: 1911 a 1974 (1ª fase: 1911 a 1926 e 2ª fase: 1927 a 1974); e 3ª época: de 1974 em diante. Contudo, ajustou-se o terceiro período, considerando a partir de uma data exata: 25 de abril de 1974.

Figura 1. Publicações periódicas almadenses por ano de fundação (%)

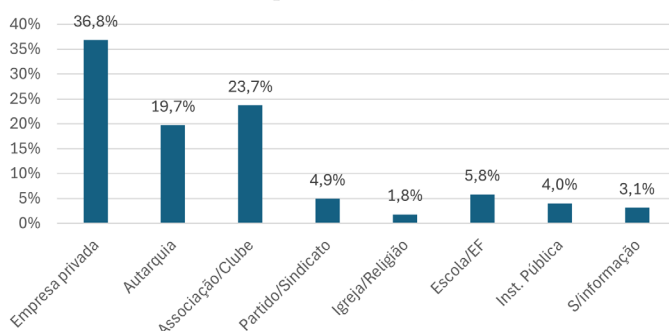


De acordo com este modelo de três épocas, observamos (Figura 1) que o primeiro século de publicação editorial, que compreende a quase totalidade do século XIX e início do século XX (1910), foi relativamente insípido no concelho, correspondendo a 9,3% do total de publicações identificadas, enquanto que a última época, relativa ao período após o 25 de abril de 1974, apesar de ser a categoria com menor número de anos de estudo (50), evidencia-se claramente como a fase com maior intensidade editorial, com quase três quartos de todas as fundações de periódicos no concelho (71,7%). Intermediariamente, no período compreendido entre 1911 e 1974 observamos o surgimento de cerca de um quinto (19%) das publicações identificadas no concelho de Almada.

Publicações periódicas após o 25 de abril de 1974

O 25 de abril de 1974 surge assim como uma data marcante para a dinâmica editorial e periodismo local almadense. Como assinala Flores, as novas condições de liberdade proporcionadas pela revolução são favoráveis a uma maior dinâmica editorial, tendo surgido inúmeras publicações de índole ideológica e partidária, mas também publicações jornalísticas, culturais e científicas (Flores, 1985). A proliferação de publicações políticas e ideológicas, assim como a politização de uma imprensa dita independente refletem a turbulência e alguns excessos do período pós-25 de abril de 1974, em que, sinal dos tempos, o discurso político era predominante na maioria do discurso jornalístico (Gomes, 2018; Lima, 2021).

Figura 2. Entidades proprietárias das publicações periódicas (%)



Apesar desta agitação, que condicionou a existência de algumas publicações, um conjunto alargado de instituições aproveitaram a recém adquirida liberdade para começarem a editar as suas próprias publicações. Desde o setor privado editorial até associações, igrejas, partidos políticos ou instituições públicas. Destacam-se nesta dinâmica, três grandes tipos de organizações – empresas privadas, associações e clubes, e autarquia – como proprietárias de cerca de 80% das publicações que foram lançadas neste período. Conforme é perceptível na Figura 2, as empresas privadas surgem como as instituições proprietárias mais frequentes (36,8%). É extensa e diversa a lista de organizações que se enquadram neste segmento. Sobressai a Lisnave, empresa que contribuiu para a transformação económica e social da cidade de Almada, detentora de títulos como “O Lisnave” ou o suplemento “Lisnave Informação”. Mas também a Empresa Jornalística J. E. Andrade, proprietária de vários títulos de publicações com jogos de lazer e passatempos, como “Cripto Cruzadas” ou “Lazer: jogos e passatempos”. Contudo, a maioria são pequenas empresas ou proprietários individuais detentores de uma única publicação, como Alfredo Canana, a M.A. Almeida e Paiva, a Dijornal Distribuidora de Livros e Periódicos, ou a Som Único.

Seguem-se as associações e clubes (23,7%) e a autarquia (19,7%). É publicamente reconhecida a dinâmica associativa no concelho de Almada (Castanheira, 1993; Malheiro, 1996; Silva & Ramalhete, 2016), que se repercutiu no setor editorial. Já em 1900, a Academia de Instrução e Recreio Familiar Almadense (AIRFA) publicara “A Festa”, enquanto que em 1906 a Sociedade Filarmónica Incrível Almadense (SFIA) respondera com “O Incrível”. Uma tradição periodística que se manteve ao longo do tempo. Em 1974, a SFIA republicou “O Incrível”, sendo que a AIRFA lançou “O Académico” dois anos depois. Um outro exemplo de atividade periodística do setor associativo é a Associação Alma Alentejana, com três publicações nos anos 90: “Alm’Alentejana: informação” (1996), “Alm’Alentejana: boletim informativo” (1997) e “Alm’Alentejana: revista cultural” (1998). Mas os exemplos de associações e clubes desportivos que tiveram os seus boletins, jornais ou revistas são inúmeros, como o “Marafado: órgão informativo das actividades da Casa do Algarve

do concelho de Almada” (1980), “Notícias do Clube Náutico de Almada” (1998), “SFUAP [Sociedade Filarmónica União Artística Piedense]: boletim interno” (2000) ou a “Ginásio Clube do Sul: revista” (2000).

É igualmente muito pródiga a dinâmica editorial do município, correspondendo a 19,7% das publicações das últimas cinco décadas. Não eram inéditas as publicações municipais antes da revolução. Por exemplo, em 1970 foi publicado o “Boletim Municipal: serviço informativo da Câmara Municipal de Almada”. Mas foi no pós-25 de abril de 1974 que se assistiu a uma profusão no número de publicações autárquicas. Logo em 1976 surge o “Boletim Municipal” (1976), depois o “Almada Autarquias do Povo: boletim municipal” (1978), seguidos por outras como a “Agenda Cultural: Almada” (1993) ou a “Agenda Desportiva” (1996). Também as juntas de freguesia iniciaram a publicação dos seus boletins, como o “Boletim Informativo da Caparica” (1978), “Junta de Freguesia de Almada: boletim informativo” (1980), “Costa da Caparica: boletim informativo da Junta de Freguesia” (1983), “Cova da Piedade: boletim informativo da Junta de Freguesia” (1987), “Sobreda: informação” (1987) ou “Pragal: boletim informativo” (1995). Esta proficuidade tem o objetivo evidente de dar visibilidade à atuação dos executivos autárquicos, mas também procurará responder a uma escassez de meios de comunicação social no município.

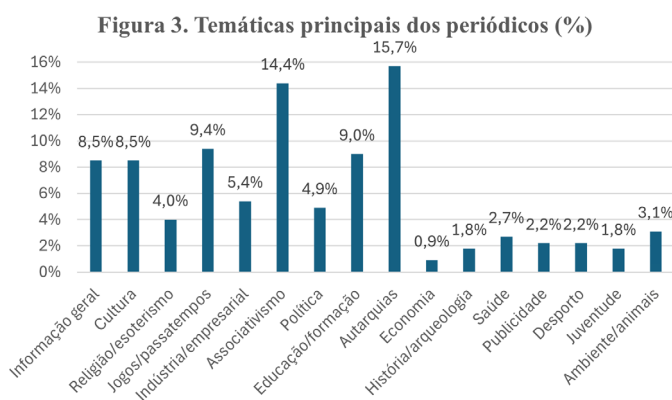
Depois dos três principais grupos de organizações detentoras de títulos (empresas privadas, associações e autarquia), as outras categorias de proprietários representam números pouco expressivos. As publicações associadas a escolas e a entidades de educação e formação, que correspondem a 5,8%, assim como os partidos e os sindicatos (4,9%) são as mais frequentes. O setor da educação constitui um território propenso a massa crítica para o setor editorial. A primeira publicação deste tipo identificada neste período é o “Quid novi?: jornal dos alunos do Externato Frei Luís de Sousa” (1983), da Associação de Estudantes deste colégio. No ano seguinte surgiria o “Mar da Palha”, da Escola Secundária Emídio Navarro. Outros exemplos são o “Global: boletim informativo da Escola Secundária Anselmo de Andrade” (1992) ou o “Elias: um aluno extra-ordinário” (1996), da Escola Secundária Elias Garcia. No setor formativo, em 1994 a Rede de Centros de Formação de Almada e Seixal lançou o “Retia: boletim informativo da Rede de Centros de Formação de Almada e Seixal”, enquanto em 2001 surge o “Epa Ler’: Jornal da Escola Profissional de Almada”.

Se a dinâmica político-partidária e sindical foi intensa no pós-25 de abril, com o surgimento de vários títulos como o “Margem Esquerda: jornal de informação e formação (Pelo Movimento Democrático Popular)” (1974), o “Elo: órgão da Célula do Arsenal do Alfeite – PCP” (1976) ou ainda “O Movimento Sindical Mundial: revista da Federação Sindical Mundial” (1979), essa tendência acabou por se diluir com o tempo.

Ainda menos frequentes são as publicações de instituições públicas (4.0%) e de igrejas e cultos religiosos (1,8%). No primeiro caso sobressai o Hospital Garcia de Orta, que iniciou atividade no ano de 1991, com a edição de dois títulos: “Notícias: revista informativa do Hospital Garcia de Orta” e “Colóquios Garcia de Orta: Revista do Internato Médico do Hospital Garcia de Orta” (2000). No segundo caso, temos exemplos como a Comunidade Baha’i de Almada, que publicou “O Eco dos Baha’is de Almada”, na década de 1980, e a Fábrica da Igreja Paroquial de Nossa Senhora do Bom Sucesso de Cacilhas, com o “Luzeiro: jornal da Igreja Paroquial de Cacilhas” (2006). As dificuldades de identificação da propriedade de algumas publicações fazem com que 3,1% tenham sido classificadas como “sem informação”.

Temáticas principais das publicações

Se a categorização por proprietário possibilitou traçar um primeiro perfil das publicações almadenses, uma classificação temática permite uma análise um pouco mais fina, permitindo discernir quais os principais tópicos abordados nestes periódicos. Como se pode verificar na Figura 3, estabeleceram-se 16 categorias temáticas a partir de uma identificação dos temas dominantes em cada publicação, desde a “informação geral”, “religião/ esoterismo”, “ambiente/ animais”, “autarquias”, “associativismo”, “educação/ formação”, “desporto”, “economia”, “cultura”, “política”, “saúde”, “história/ arqueologia”, “indústria/ empresas”, “jogos/ passatempos”, “publicidade”, e “juventude”, além de uma categoria para publicações sem informação.



As publicações sobre o município, as suas freguesias e a atividade autárquica constituem o tipo de temática dominante (15,7%). Enquadram-se neste segmento todas publicações que abordam a vivência no município e nas diversas freguesias, sendo sobretudo boletins de atividades e agendas em várias áreas de atuação. Como se havia destacado ante-

riormente, a vida associativa salienta-se também como o tema de 14,4% das publicações desta época, sobressaindo os boletins de atividades de clubes e associações, nas suas relações com os seus membros e público em geral.

Ainda do ponto de vista temático, identificou-se em Almada um foco editorial substancial e uma tradição de publicações dedicadas a jogos e passatempos (9,4%), dinamizadas pelo setor privado. Por exemplo, apenas num ano, em 1991, registou-se o aparecimento de sete publicações deste tipo: “Mini puzzle: revista de palavras cruzadas”, “Quebra cabeças”, “Mini Grama: revista de palavras cruzadas”, “Lazer: jogos e passatempos”, “Multi Cruzadas”, “Dominó de Palavras: Cruzadex”, “Cripto Cruzadas”. Nos anos seguintes, a tradição persiste com outros títulos como “Burricadas” (1996), “Super Álbum Pensador: Quebra-cabeças” (1996), “Quebra Cabeças: Especial de Bolso” (2003), “Cruzadismo” (2003), e é dos poucos géneros a conservar a sua vitalidade até tempos recentes. Entre 2021 e 2022, surgiram três novos títulos: “ALZ Sudokus”, “ALZ Sopa de Letras” e “ALZ Sopa de Letras – Play”, que demonstram que podem mudar-se os tipos de jogos, mas subsistem hábitos e algum público com interesse por estes passatempos.

A educação e formação (9,0%) comporta uma relevância temática que ultrapassa a propriedade de escolas e centros de formação, por incluir associações, como a Associação de Professores do Concelho de Almada (“Profalmada: boletim informativo”, 2005, ou “Memórias e Futuro”, 2009) ou Pró Inclusão - Associação Nacional de Docentes de Educação Especial (“Educação Inclusiva”, 2010) e publicações da autarquia (“Escola em Festa: jornal da comunidade educativa do concelho de Almada”, 1996 e 2002). Assinalam-se ainda as publicações associadas ao ensino superior, como o “Útil: Jornal Universitário Nacional” (2007), da Federação Académica do Instituto Piaget, ou a “Germinare: revista científica do Instituto Piaget” (2021), do Instituto Piaget.

Outra área temática que sobressai neste período como uma das mais proeminentes é o setor cultural (8,5%). Em parte devido à atividade cénica, com a Companhia de Teatro de Almada a ser responsável por títulos como o “Teatro & Público – Teatro Municipal de Almada” (1991), “Cadernos de Teatro” (1991) ou “Mais TMA: informações do Teatro Municipal de Almada” (2006). Mas também graças a uma vitalidade noutros setores como a música e o cinema e vídeo. Em 1976, o “Pop Clube Trap Magazine” inaugurou o movimento das revistas de música e artes em Almada, que se prolongará pela década seguinte, já com o novo nome de “Pop-Clube”. Nos anos 80 é a vez do quinzenário “Som Único” (1983) e da revista mensal “Choc” (1987). Mas, paralelamente a década estava a ser marcada pela expansão videográfica, com repercussões no mercado das publicações. O mensário “Vídeo Magazine” (1989) teve nove números, com lançamentos do mercado de vídeo, entrevistas, críticas, tops, testes e opinião, enquanto o anuário “Vídeo & Áudio” resistiu entre 1987 e 1994. A Câmara Municipal de Almada contribui para esta tendência com publicações temáticas sobre determinadas áreas culturais como o anuário “Imagem - Associação de

Artistas Plásticos do Concelho de Almada” (1988), “Almada BD: Fanzine” (1990) ou “Agenda Cultural: Almada” (1993). A informação em geral equivale-se em termos de peso ao setor cultural (8,5%), compreendendo sobretudo a imprensa independente, mas iremos dedicar um espaço próprio a este segmento.

As seis principais categorias temáticas identificadas correspondem a 65,5% das publicações almadenses. Entre as restantes, menos expressivas, sobressaem três temáticas: “Indústria/ empresas” (5,4%), “Política” (4,9%) e “religião/ esoterismo” (4,0%). No primeiro caso, identificamos publicações como as já referidas da Lisnave, mas também títulos como “Gnews: todos os meses um olhar sobre a Gestnave” (1999), “Forum: news Almada Forum” (2004) ou “EP News: Boletim Informativo Estradas de Portugal” (2008), resultantes de novas dinâmicas do setor privado e também das empresas públicas.

Ao nível da política e do sindicalismo, depois de uma maior atividade nos anos imediatos ao pós-25 de abril, com publicações como “Margem Esquerda: jornal de informação e formação” (1974), “Voz Anarquista” (1975), “Elo: órgão da Célula do Arsenal do Alfeite - PCP” (1976), “O Movimento Sindical Mundial: revista da Federação Sindical Mundial” (1979), “Servir o povo: órgão central do Comité Marxista Leninista Mao Tsé Tung” (1983) ou “Democracia D’Almada: semanário socialista defensor dos interesses do concelho de Almada” (1985), este setor viria a ter menos expressão. Na categoria de “religião/esoterismo” a tendência é inversa. Apenas nos anos 80 surgem algumas publicações como “Notícias do Santuário do Cristo Rei” (1987), do Vicariato Paroquial de Cristo Rei, “O Eco dos Baha’is de Almada”, da Comunidade Baha’i, ou “Kirke Nytt”, da Igreja dos Marinheiros Escandinavos. Um pouco mais recentemente, nos anos 90, surgiram publicações como “Sinas e Seitas”, “Mistérios do Além: jornal mensal de ciências ocultas” ou “Mistérios: Mensário de Ciências Ocultas, Parapsicologia, Religião, Medicinas Alternativas”, que denotam um potencial interesse emergente por estes temas.

Entre as categorias menos expressivas assinalam-se três por questões particulares: “ambiente/ animais” (3,1%), “saúde” (2,7%) e “desporto” (2,2%). O ambiente e os animais constituem uma temática em progressivo crescimento, com publicações como “Anuário das Flores e das Plantas Naturais” (1996), “Cadernos da Casa Humana” (1999), “Os nossos cães: revista de canicultura portuguesa” (2001), “Os nossos gatos: a revista de felinicultura” (2005) que se têm vindo a implantar na sociedade, mas ainda com pouca expressão no concelho. No caso da “saúde”, nota-se a importância do Hospital Garcia de Orta: “Colóquios Garcia de Orta: Revista do Internato Médico do Hospital Garcia de Orta”, “Notícias: revista informativa do Hospital Garcia de Orta” ou “Apoiar” (Liga dos Amigos do Hospital Garcia de Orta), mas igualmente de outras organizações do setor (“Revista da Associação Portuguesa dos enfermeiros Obstetras”), mas não adquire a expressão que se esperaria que esta área pudesse estimular no concelho. Apesar do interesse despertado pelo desporto, nomeadamente pelo futebol, em Portugal, esta área não determinou

uma grande dinâmica editorial em Almada. Depois do surgimento da publicação “Ídolos” (1976), só em 1996, a Câmara Municipal viria a preencher esta lacuna com a “Agenda Desportiva”. Assinalam-se muito poucos casos de publicações desportivas no concelho, sendo a “Basket Almada: revista de basquetebol” (2004) um dos raros exemplos.

Jornalismo e imprensa independente

A “informação geral”, que associamos à imprensa independente, corresponde a menos de um décimo das temáticas abordadas no periodismo local almadense (8,5%). Trata-se de um setor muito frágil, marcado por empresas de pequena dimensão. “A imprensa regional, desfavorecida em relação à imprensa dita nacional, vivendo da carolice dos seus editores, sem apoios e com dificuldades de vária ordem, irá por vezes travar duras “batalhas” para poder sobreviver e implantar-se junto do público leitor” (Flores & Antunes, 1984, p. 13).

Esta imprensa independente almadense é ainda profundamente caracterizada por uma reduzida longevidade dos seus jornais (Tabela 1). Com exceção do “Jornal de Almada”, que escreveu uma história longa de 54 anos desde a sua fundação em 1954, com 2924 edições até ao seu desaparecimento, todos os outros títulos registam uma vida consideravelmente curta. Dois títulos circunscreveram-se a uma edição única. Em 1978, o “Cidade de Almada – Quinzenário regionalista”, teve uma breve aparição em setembro desse ano, com 16 páginas, em que se descrevia como um jornal exclusivamente para assinantes. Mais tarde, em 7 de maio de 2002, o semanário “Repórter da Cidade” teve o nº0 como seu número único.

Um conjunto de cinco outras publicações não ultrapassaram a dezena de números. O primeiro caso surge em 1977, com a revista “Almada ontem, hoje e amanhã”, que viria a terminar no ano seguinte, depois de um período de instabilidade e de um interregno de publicação, com uma visível redução do número de páginas das 28 iniciais para uma dezena. Na década seguinte, o semanário “Almada Expresso” teve sete edições em 1983. Enquanto em 1989, “A Tribuna de Almada” conheceu seis edições. Ainda no século XX, o “Almada Seixal Press” surgiu como um sucedâneo temporário do “Almada Press”, tendo nove edições de uma existência curta entre 1993 e 1994, em que variou entre o mensal e o bimestral. Ainda no mesmo ano, “O Almadense” conheceria uma terceira, mas curta, reaparição deste título, depois das anteriores em 1855 e 1928, ao longo de cinco edições quinzenais.

Existem também cinco outros títulos que não alcançaram as duas dezenas de números. Neste caso, também a década de 90 é um período de grande atividade editorial. Seja para fundações como para desaparecimentos. O quinzenário “Sul Expresso” conheceu 16 edições entre 1993 e 1994, enquanto que o “Correio d’Almada” teve 12 edições quinzenais

entre 1994 e 1995. Os outros três casos ocorreram já no início do novo século. O mensário “Extra: Portugal no Mundo” surgiu em 2002, para terminar em 2004. A publicação viria a ser retomada, mas voltaria a terminar em 2007, já numa fase de publicação irregular. O “Voz de Almada” foi publicado em 2006, ao longo de 11 números quinzenais. Por fim, o mensário “O Farol” surgiu por 15 vezes nas bancas entre 2010 e 2012.

Os dois jornais mais longevos são o “Almada Press”, que foi publicado em dois períodos distintos entre 1990-1993 e em 1993-1998, contando mais de 150 edições, repartidas nestes dois intervalos, e o semanário “Notícias de Almada”, que teve 109 edições, entre 2004 e 2011.

Realce-se que ao longo deste meio século, não surgiu nenhuma publicação diária no concelho. As periodicidades quinzenal (“O Almadense”, “Cidade de Almada”, “Correio d’Almada”, “Jornal de Almada”, “Sul Expresso” e “Voz de Almada”) e semanal (“Almada Expresso”, “Almada Press”, “Notícias de Almada”, “Repórter da Cidade”, “A Tribuna de Almada”) são as predominantes. Contudo, a irregularidade e a variabilidade de periodicidade demonstram as dificuldades de sustentabilidade de alguns títulos como “Almada Press”, “Almada Seixal Press” e “Extra: Portugal no Mundo”.

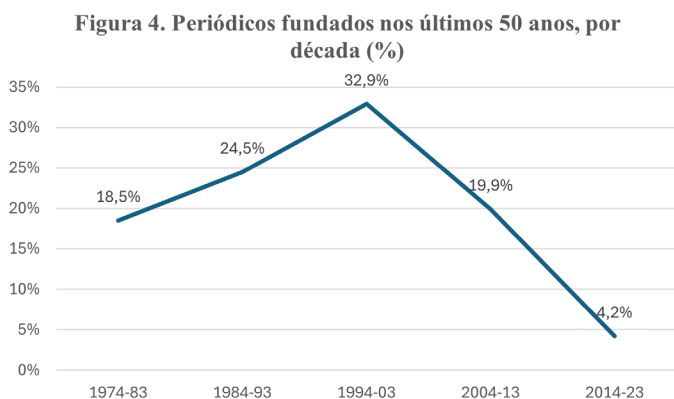
Tabela 1. Imprensa no concelho de Almada após o 25 de abril de 1974

TÍTULO	Fundação	Fim	N.º edições	Diretor	Periodicidade
Almada Expresso	1983	1983	7	Idalina Duarte	semanal
Almada ontem, hoje, amanhã	1977	1978	5	Alfredo Canana	
Almada Press	1990 1993	1993 1998	81 74	Maria Leonor (Quaresma) / Miguel Quaresma / Tânia Taveira	semanal quinzenal
Almada Seixal Press	1993	1993	9	Maria Leonor Quaresma / Miguel Quaresma	mensal bimestral
O Almadense	1994	1994	5	Fernando Miranda Barão / João Osório	quinzenal
Cidade de Almada	1978	1978	1	Juvêncio Pires	quinzenal
Correio d’Almada	1994	1995	12	Eduardo Madeira	quinzenal
Extra: Portugal no Mundo	2002	2004 / 2007	18	Miguel Quaresma / Maria Leonor	mensal / irregular
O Farol	2010	2012	15	Edgar Gomes	mensal
Febre Amarela	2003	2003	1	João Rafael	mensal
Jornal de Almada	1954	2008	2924	Pe. João Luís Paixão, Pe. Francisco Mendes	quinzenal

Margem Esquerda	1974	1977	22	Joaquim Balas / Amélia Pinto	quinzenal
Notícias de Almada	2004	2011	109	Francisco Alves Rito	Semanal
Repórter da Cidade	2002	2002	1	Joaquim Machado Marques	semanal
Sul Expresso	1993	1994	16	Óscar Soares	quinzenal
A Tribuna de Almada	1989	1989	6	Silvino Vieira Neto	semanal
Tribuna da Margem Esquerda	1978		1	Virgílio Rodrigues	
Voz de Almada	2006	2006	11	Jorge Henriques Santos	quinzenal

Números de publicações fundadas por década nos últimos 50 anos

Numa abordagem suplementar às publicações periódicas no concelho de Almada, decidiu-se fazer uma análise cronológica aos anos de fundação destas publicações nas últimas cinco décadas, de modo a perceberem-se as tendências neste meio século. Nesse sentido, dividiu-se este período por cinco segmentos idênticos de dez anos. Como se pode verificar na Figura 4, o período de 1994-2003 foi o mais profícuo no que respeita à edição de novas publicações, correspondendo a 32,9% dos novos títulos lançados. Segue-se a década de 1984-1993 (24,5%) e posteriormente de 2004-2013 (19,9%). Contudo, observa-se uma inversão de tendência na segunda década do século XXI, com uma progressiva redução do número de novas publicações editadas. Na última década estudada, correspondente ao período entre 2014 e 2023, identifica-se o surgimento de apenas 4,2% de todas as publicações fundadas no último meio século. Estes números evidenciam claramente o decréscimo das novas edições em papel no concelho.



Uma resposta parcial para esta tendência parece estar numa transição das publicações em papel para o ambiente digital. Uma consulta à “Listagem de Publicações Periódicas ativas” da Entidade Reguladora para a Comunicação (ERC), com data de 3 de novembro de 2024, revela que entre as 12 publicações periódicas ativas no concelho nessa data, oito utilizavam um suporte exclusivamente online, três são publicadas em papel e uma utiliza os dois suportes. Entre as publicações online, encontram-se três publicações de informação geral: “Notícias de Cá e de Lá” (2011), “Almadense” (2019) e “Almada Online” (2022), que parecem indicar um novo caminho e soluções para a imprensa regional: o ambiente online.

Conclusões

O pós-25 de abril de 1974 representa o período de maior dinâmica no periodismo no concelho de Almada, tendo sido fundadas nesta época quase 3/4 das 311 publicações periódicas identificadas neste território. O município viveu o contexto geral do país, aproveitando-se a recente liberdade para a afirmação de um pluralismo de vozes políticas, sociais e culturais. Partidos políticos, correntes religiosas ou dinâmica empresarial encontraram uma nova oportunidade para se expressarem. Este pluralismo de vozes comporta igualmente uma dinâmica de especialização discursiva, de atores diversos que pretendem divulgar as suas atividades e especialidades, mas também uma especialização de públicos, que têm vindo a ficar cada vez mais segmentados, de acordo com os seus interesses prioritários.

Em Almada, esta dinâmica de vozes encontra-se marcada por dois tipos de atores que sobressaem. O movimento associativo do concelho e a autarquia encontram-se entre os principais responsáveis pela dinâmica editorial dos pós 25 de abril e desempenham um papel importante na esfera pública concelhia, sendo responsáveis por 43,9% das publicações surgidas neste período. Se se adicionar o setor empresarial privado, é perceptível que estes três atores proprietários são os responsáveis pela edição de 4/5 das publicações fundadas neste período.

Ao nível das temáticas dominantes nestas publicações, sobressaem os assuntos autárquicos, derivados da dinâmica editorial do município. Num segundo plano, assinala-se uma forte expressão de discurso sobre as atividades e posicionamentos do associativismo local almadense, demonstrando-se a importância deste sector no concelho. Seguem-se as publicações de lazer, jogos e passatempos, reveladoras de uma prática que tem sobrevivido às mudanças tecnológicas e da sociedade, e que sobressaem como uma curiosidade do panorama editorial almadense. A educação e formação revela o peso e dinâmica das escolas, centros de formação, associações de professores e de estudantes, assim como de institutos superiores ou universidades seniores como entidades editoriais, enquanto que as companhias de teatro do concelho, o movimento musical e videográfico, e o muni-

cípio, são os impulsionadores e responsáveis pela vitalidade de publicações culturais. Um fenómeno distintivo deste território, resultante da forte dinâmica cultural concelhia.

Apesar da sua importância para o exercício democrático local, o segmento de publicações de informação geral e independente corresponde a menos de um décimo do total de publicações nos últimos 50 anos. A imprensa informativa é caracterizado por grande fragilidade destes periódicos, comumente com reduzida longevidade: apenas três publicações ultrapassaram cinco anos de existência. A maioria das publicações estudadas não conseguiu subsistir mais do um ano, e muitas vezes não conseguiu chegar às duas dezenas de edições. Observaram-se quatro casos de número único, em que as publicações quase não passaram de um programa de intenções. A redução de periodicidade pode ser ainda um outro indicador de uma possível fragilidade económica destes órgãos de comunicação social, que optaram pelo espaçamento da sua publicação, como forma de ultrapassar a escassez de recursos humanos e financeiros.

O futuro é incerto e o cada vez menor número de novas publicações fundadas neste século faz adivinhar motivos de preocupação, nomeadamente de transformação do concelho em mais um “deserto de notícias”. Contudo, a estes números, que indiciam o progressivo desaparecimento das publicações da imprensa em papel, junta-se uma nova tendência de aparecimento de publicações periódicas exclusivamente em ambiente digital, que parecem indicar estar-se a assistir a uma transição da comunicação social para o espaço online.

Bibliografia

Abernathy, P. M. (2020). *News Deserts and Ghost Newspapers: Will Local News Survive?* University of North Carolina Press.

Baekgaard, M., Jensen, C., Mortensen, P. B., & Serritzlew, S. (2014). Local News Media and Voter Turnout. *Local Government Studies*, 40(4), 518–532. <https://doi.org/10.1080/03003930.2013.834253>

Bardin, L. (2009). *Análise de Conteúdo*. Edições 70.

Campones, C. (2002). *Jornalismo de Proximidade. Rituais de comunicação na imprensa regional*. Minerva.

Carvalho, J. R. (2005). O Triângulo Bloqueado: Media, Política e Cidadãos na Democracia Local. Em J. C. Correia (Ed.), *Comunicação e Política* (pp. 181–202). Estudos em Comunicação – Universidade da Beira Interior.

Carvalho, J. R. (2007). Da nação à região: as eleições legislativas na imprensa regional. *Estudos em Comunicação*, 2, 217–237.

Carvalho, J. R. (2021). Jornalismo em tempos de flexibilização do trabalho. Em J. C. Correia & I. Amaral (Eds.), *De que falamos quando dizemos jornalismo?* (pp. 105–128). LabCom.

Castanheira, A. (1993). *O Associativismo Almadense e o Futuro*. Outra Banda - Publicações.

- CMA - DHLAH.** (2008a). *AHMA - Exposições Documentais. Arquivo Histórico Municipal de Almada. 15ª Exposição documental: «A Imprensa Periódica de Almada: 200 anos de história», Texto de Apoio* (pp. 1–21). Câmara Municipal de Almada.
- CMA - DHLAH.** (2008b). *Imprensa periódica de Almada: Guia bibliográfico* (A. M. Flores, Ed.). Câmara Municipal de Almada.
- Correia, J. C.** (2006). A imprensa regional e comunicação política As eleições autárquicas de 2005. *Biblioteca On-line de Ciências de Comunicação*, 1–12. www.bocc.ubi.pt
- Correia, J. C., Canavilhas, J., Morais, R., Sousa, J. C., & Carvalho, J. R.** (2014). *Agenda dos Cidadãos: jornalismo e participação cívica nos media regionais portugueses*. Livros LabCom. www.livroslabcom.ubi.pt
- Costa, C. M. P. da.** (2005). Influência da comunicação municipal na imprensa regional. *Comunicação e Sociedade*, 8, 73–82.
- ERC.** (2010). *Imprensa Local e Regional em Portugal*. ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social.
- Flores, A. M.** (1985). *A Imprensa Periódica Almadense. Séculos XIX e XX* (Sep. Movim). Câmara Municipal de Almada - Associação de Municípios do Distrito de Setúbal.
- Flores, A. M.** (2000). *O Corticeiro: O primeiro órgão dos operários corticeiros em Portugal. 1899-1900*. Câmara Municipal de Almada.
- Flores, A. M., & Antunes, L. P.** (1984). *A Imprensa de Almada. Breve panorâmica*. Câmara Municipal de Almada.
- Garcia, J. L.** (2009). Sobre a Censura em Portugal. Em J. L. Garcia (Ed.), *Estudos sobre os Jornalistas Portugueses* (pp. 47–61). Imprensa de Ciências Sociais.
- Garcia, J. L., Matos, J. N., & Alcântara da Silva, P.** (2021). Jornalismo em Estado de Emergência: Uma Análise dos Efeitos da Pandemia Covid-19 nas Relações de Emprego dos Jornalistas. *Comunicação e Sociedade*, 39, 269–285. [https://doi.org/10.17231/comsoc.39\(2021\).3177](https://doi.org/10.17231/comsoc.39(2021).3177)
- Gomes, P. M.** (2018). «Por Onde Vamos, Portugal?»: A agitação revolucionária de 1975 nos semanários Expresso, O Jornal e Tempo. Em J. P. Sousa (Ed.), *Notícias em Portugal. Estudos sobre a Imprensa Informativa (Séculos XVI-XX)* (pp. 331–353). ICNOVA - Instituto de Comunicação da NOVA.
- Guimerà, J. À., Domingo, D., Williams, A., Journalism, A. W.-L., Europe, I., & Àngel, J.** (2018). Local Journalism in Europe: Reuniting with its audiences. *Sur le journalisme, About journalism, Sobre jornalismo [En ligne, online]*, 7(2). <http://www.surlejournalisme.com/rev>
- Gulyas, A., Jenkins, J., & Bergström, A.** (2023). Places and Spaces Without News: The Contested Phenomenon of News Deserts. Em *Media and Communication* (Vol. 11, Número 3, pp. 285–289). Cogitatio Press. <https://doi.org/10.17645/mac.v11i3.7612>
- Hayes, D., & Lawless, J. L.** (2015). As Local News Goes, So Goes Citizen Engagement: Media, Knowledge, and Participation in US House Elections. *The Journal of Politics*, 77(2), 447–462. <https://doi.org/10.1086/679749>
- Iyengar, S.** (2011). *Media Politics: A Citizen's Guide*. W. W. Norton & Company.
- Izquierdo Labella, L.** (2010). *Manual de Periodismo Local*. Fragua.
- Jerónimo, P.** (2015). *Ciberjornalismo de Proximidade. Redações, jornalistas e notícias online*. Editora LabCom.IFP.

- Jerónimo, P., Ballesteros, C., de Sá, S., & Morais, R.** (2022). Local Journalists and Working Conditions from a Gender Perspective. *Ex Aequo*, 45, 157–175. <https://doi.org/10.22355/exaequo.2022.45.11>
- Jerónimo, P., Ramos, G., & Torre, L.** (2022). *News Deserts Europe 2022: Portugal Report*. <https://doi.org/10.25768/654-875-9>
- Karlsson, M., & Rowe, E. H.** (2019). Local Journalism when the Journalists Leave Town: Probing the news gap that hyperlocal media are supposed to fill. *Nordicom Review*, 40(S2), 15–29. <https://doi.org/10.2478/nor-2019-0025>
- Leupold, A., Klinger, U., & Jarren, O.** (2018). Imagining the City: How local journalism depicts social cohesion. *Journalism Studies*, 19(7), 960–982. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2016.1245111>
- Lima, H.** (2021). Imprensa estatizada e iniciativa privada no período pós-Revolucionário: o exemplo dos semanários portugueses. Em C. Baptista, J. P. Sousa, & C. Azevedo (Eds.), *Para uma história do jornalismo em Portugal II* (pp. 199–214). ICNOVA — Instituto de Comunicação da NOVA.
- Limão, J. P.** (2018). Os orçamentos participativos na imprensa regional: Um estudo de caso. *Estudos em Comunicação*, 2(26), 93–104. <https://doi.org/10.20287/ec.n26.v2.a07>
- Limão, J. P.** (2020). Repertórios de media e conexão pública. *Estudos em Comunicação*, 30, 109–126. <https://doi.org/10.25768/20.04.03.30.05>
- Limão, J.** (2025). A Imprensa Regional no Distrito de Beja: Uma Análise a Corpos Redatoriais e à Longevidade das Publicações. *Revista Comunicando*, 14(2), e025024. <https://doi.org/10.58050/comunicando.v14i2.462>
- Malheiro, J.** (1996). *Associativismo Popular. Originalidade do povo português*. Câmara Municipal de Almada.
- Miller, J.** (2018). News Deserts: No News is Bad News. Em W. Bratton, S. Eide, S. Goldsmith, M. Hendrix, H. Husock, J. Miller, J. Murad, A. Renn, & P. Salins (Eds.), *Urban Policy 2018* (pp. 59–74). Manhattan Institut.
- Morais, R., Jerónimo, P., & Correia, J. C.** (2020). *Jornalismo na Região Centro*. Livros LabCom.
- Mota, D.** (2023). A Erosão da Proximidade: Questões e Desafios do Jornalismo Local na Sociedade Contemporânea. *Comunicação e Sociedade*, 44, e023027. [https://doi.org/10.17231/comsoc.44\(2023\).4744](https://doi.org/10.17231/comsoc.44(2023).4744)
- Pascoal, I.** (1996). Os jornalistas da imprensa regional e os condicionalismos ao exercício da profissão. Em *Comunicação apresentada ao III Congresso Português de Sociologia. Lisboa: APS, 7-9 de fevereiro*. https://aps.pt/wp-content/uploads/2017/08/DPR4926a435d94a4_1.pdf
- Pickard, V.** (2020). Restructuring Democratic Infrastructures: A Policy Approach to the Journalism Crisis. *Digital Journalism*, 8(6), 704–719. <https://doi.org/10.1080/21670811.2020.1733433>
- Ramos, G.** (2021). Deserto de Notícias: panorama da crise do jornalismo regional em Portugal. *Estudos de Jornalismo*, 13, 30–51.
- Serrano, E.** (2006). *Jornalismo Político em Portugal. A cobertura de eleições presidenciais na imprensa e na televisão (1976-2001)*. Edições Colibri.
- Silva, F., & Ramalhete, F.** (2016). Associativismo, Identidade e Território no Concelho de Almada. Em C. A. Marques (Ed.), *Planeamento Cultural Urbano em Áreas Metropolitanas*. Caleidoscópio. <https://doi.org/10.30618/978-989-658-586-0>

- Sjøvaag, H., & Owren, T.** (2021). The non-substitutability of local news? Advertising and the decline of journalism's umbrella market model. *Nordicom Review*, 42(1). <https://doi.org/10.2478/nor-2021-0001>
- Sousa, J. P.** (2007). Comunicação regional e local na Europa Ocidental. Situação geral e os casos português e galego. *BOCC: Biblioteca on-line de ciências da comunicação*, 47. www.bocc.ubi.pt
- Sousa, J. P.** (2018). Gazeta «da Restauração» (1641-1642) - A Introdução do Periodismo Noticioso em Portugal. Em J. P. Sousa (Ed.), *Notícias em Portugal – Estudos sobre a imprensa informativa (séculos xvixx)* (pp. 51–65). ICNOVA – Instituto de Comunicação da Nova.
- Sousa, J. P.** (2024). *Uma História do Jornalismo no Ocidente. Génese e desenvolvimento de uma instituição social até ao final do século XX*. LabCom.
- Sousa, J. P., Castelo-Branco, M. do C., Pinto, M., Moreira, C., Pernes, D., Teixeira, P., & Borba, E. Z.** (2012). *Estudos sobre o Mercúrio Português (1663-1667). Discurso e Contexto*. Livros LabCom.
- Sousa, J. P., & Lima, H.** (2020). História do jornalismo em Portugal: proposta de periodização. *Revista Brasileira de História da Mídia*, 9(2), 171–190.
- Sousa, J. P., & Lima, H.** (2021a). Jornalismo do século XIX: da Monarquia à República. Em C. Baptista, J. P. Sousa, & C. Azevedo (Eds.), *Para uma história do jornalismo em Portugal — II* (pp. 44–62). ICNOVA – Instituto de Comunicação da Nova.
- Sousa, J. P., & Lima, H.** (2021b). Para uma periodização da história do jornalismo em Portugal. Em C. Baptista, J. P. Sousa, & C. Azevedo (Eds.), *Para uma história do jornalismo em Portugal — III* (pp. 10–32). ICNOVA — Instituto de Comunicação da NOVA - Faculdade de Ciências Sociais e Humanas (Universidade Nova de Lisboa).
- Tengarrinha, J.** (1989). *História da Imprensa Periódica Portuguesa*. Editorial Caminho.
- Tengarrinha, J.** (2013). *Nova História da Imprensa Portuguesa. Das origens a 1865*. Círculo de Leitores.
- Vala, J.** (2003). A análise de conteúdo. Em A. S. Silva & J. M. Pinto (Eds.), *Metodologia das Ciências Sociais*. Edições Afrontamento.

Discurso jornalístico na história

Miedo, movilización y propaganda. El impacto mediático y la recepción en la diáspora de Estados Unidos de las primeras elecciones democráticas en Portugal¹

Alberto Pena-Rodríguez

Universidade de Vigo y Universidade de Coimbra/CEIS20

alberto@uvigo.es

Resumo: Tras la Revolución de los Claveles, el 25 de abril de 1974, el proceso de transición política en Portugal se convirtió en un tema de enorme interés político e informativo, no solo por sus consecuencias para el futuro del país ibérico, sino también por sus importantes implicaciones en la geopolítica internacional. Durante meses, el proceso revolucionario portugués ocupó la agenda informativa de los medios de comunicación internacionales, que siguieron con atención la evolución de los acontecimientos, especialmente en los meses previos a las elecciones constituyentes del 25 de abril de 1975. En este contexto, los inmigrantes portugueses en Estados Unidos vivieron con inquietud y gran agitación el proceso revolucionario, estimulados por uno de los medios de comunicación de referencia en la colonia de Nueva Inglaterra, el semanario *Portuguese Times*, que intentó liderar un movimiento de oposición al comunismo y a favor de la democracia en Portugal entre los portugueses de la diáspora. Esta aproximación, de carácter cualitativo, tiene como objetivo analizar la recepción de este acontecimiento icónico y extraordinario a través de la línea editorial del periódico durante los tres meses previos a la votación, así como describir el impacto en la comunidad lusoamericana de su campaña de propaganda, que se reflejó en varias acciones políticas y mediáticas significativas que movilizaron a miles de inmigrantes mediante un llamamiento al miedo a la instauración de una dictadura comunista en Portugal.

Palavras-chave: Revolución portuguesa; Estados Unidos; diáspora; prensa

Introducción

La Revolución de los Claveles el 25 de abril de 1974 y el posterior período de transición hacia la democracia, fue posiblemente el acontecimiento político más icónico y con mayor proyección mediática de la historia de Portugal. Como es conocido, en el marco geopolítico de la Guerra Fría, con el enfrentamiento entre el bloque occidental y los países situados en la órbita de la URSS, los hechos que se produjeron durante el proceso revolucionario portugués tuvieron un gran impacto en los medios de comunicación internacionales, que se hicieron eco del colapso de la dictadura portuguesa tras el golpe del Movimento das Forças Armadas (MFA) para poner fin a casi medio siglo de dictadura (Lima, 2014; Luís, 2012; Mesquita y Rebelo 1994; Rezola, 2005; Sánchez Cervelló, 1995).

¹ Una versión de este texto ha sido publicada (junto a Lucía Ballesteros-Aguayo) en *RAEIC. Revista de la Asociación Española de Investigación en Comunicación*, 9 (especial), 2022, 166-186. Doi: <https://doi.org/10.24137/raeic.9.e.10>.

Como ya se ha estudiado, el periodismo luso no fue ajeno a la dinámica revolucionaria durante este período crítico para la historia de Portugal, experimentando un encendido debate político en las redacciones de las diferentes empresas informativas del país, que fueron altavoces de consignas ideológicas y sufrieron enormes presiones y la censura para orientar su línea editorial y difundir campañas a favor de unos u otros actores políticos (Gomes, 2021; Ribeiro, 2002; Mesquita, 1994). Durante la pugna propagandística entre los partidarios de conducir el proceso revolucionario hacia la instauración de un régimen de inspiración comunista y los que abogaban por aprobar una constitución que alumbrase una democracia liberal homologable a otros sistemas europeos, Portugal atravesó un período convulso que marcó su historia contemporánea (Ribeiro, 2014; Jiménez, 2009; Figueira, 2007; Medeiros Ferreira, 2003). Uno de los momentos clave de esta dinámica fueron las elecciones constituyentes del 25 de abril de 1975, condicionadas por el pacto entre el MFA y los partidos políticos, en el que se reconocía al MFA como el catalizador nuclear del cambio político, concediéndole así un poder de decisión y una legitimidad superior al resultado coyuntural de las urnas (Rezola, 2002).

En este difícil contexto, los emigrantes portugueses vivieron el proceso revolucionario con un vibrante interés y el corazón encogido. La Revolución de los Claveles fue, de hecho, un asunto informativo que ocupó decenas de portadas de las cabeceras periodísticas portuguesas en el exterior, especialmente en Estados Unidos, donde la comunidad lusoamericana siguió la evolución de los acontecimientos con preocupación y angustia. El impacto emocional que la revolución tuvo entre los inmigrantes se puede observar en la lectura de algunos contenidos de los periódicos portugueses, entre los que destaca el semanario *Portuguese Times* que todavía hoy se edita desde 1971, y que se puede observar como un caso paradigmático de la respuesta de la prensa de la colonia al desarrollo del proceso revolucionario en Portugal.

El *Portuguese Times*, comprometido con la defensa de una democracia homologable a la estadounidense, no se limitó sólo a informar sobre lo que ocurría en Portugal durante el período electoral, sino que adoptó un rol político activo. Centrando el foco del análisis en este aspecto, el objeto de estudio de esta investigación se enmarca en el estudio de la reacción del *Portuguese Times* ante las elecciones constituyentes del 25 de abril de 1975 y describir algunas de sus acciones persuasivas y de movilización social que tuvieron mayor eco entre los inmigrantes.

La visión y el comportamiento político de los medios de comunicación en la diáspora sobre la revolución portuguesa es un fenómeno que todavía permanece inédito. Por ello, el objetivo de este trabajo es aproximarse a la repercusión mediática de este acontecimiento político histórico en la prensa lusa de Estados Unidos, donde los inmigrantes disfrutaban de un modo de vida y unos derechos sociales no reconocidos en Portugal hasta el fin de la dictadura. Sin embargo, ni el bienestar del *American way of life* ni la lejanía geográfica

les hizo perder interés en las noticias que llegaban de su país de origen; al contrario, muchos de ellos quisieron participar activamente durante el proceso de cambio político propugnando la instauración de una democracia moderna como la de su país de acogida, estimulados por campañas de agitación como las que llevó a cabo el *Portuguese Times*.

1. Metodología, marco teórico y breve estado de la cuestión

A partir del enfoque descrito anteriormente, este trabajo pretende aproximarse a la historia del periodismo portugués en Estados Unidos a través de la línea editorial del *Portuguese Times* sobre uno de los momentos más relevantes de la historia del periodismo en Portugal (Sousa y Lima, 2020). El corpus de análisis está formado por un conjunto de contenidos (sobre todo editoriales y artículos de opinión) que, por su dimensión persuasiva, su significación política o por carácter paradigmático, ofrecen elementos de interés para comprender la posición ideológica del *Portuguese Times*, su estructura narrativa, o incluso el imaginario político de sus lectores mediante una muestra simbólica de los contenidos de las cartas al director relacionadas con el objeto de estudio.

A través de un análisis crítico del discurso, se intenta perfilar el rol propagandístico del semanario durante el período electoral constituyente, enmarcado en los tres meses previos a la votación del 25 de abril de 1975. Este trabajo, por tanto, se propone ofrecer una perspectiva endógena a la comunidad inmigrante lusa y, en ningún caso, observar en fenómeno en relación con la política de Estados Unidos o su gobierno; ni tampoco estudiar la dinámica política de la campaña electoral en Portugal y su reflejo informativo en el *Portuguese Times*.

La metodología que se emplea en este abordaje es, sobre todo, de tipo cualitativo, dentro de un modelo de interpretación histórica asociado a la producción periodística en la emigración, en un contexto deslocalizado y alófono. Para ello, se aplican técnicas de observación cualitativa que permitan caracterizar los contenidos y sus elementos narrativos de tipo persuasivo más significativos, de acuerdo con las técnicas y modelos de análisis de la teoría e historia de la propaganda (Baines et al., 2019; Soules, 2015; Herman, 2000).

El marco teórico de la investigación se sitúa en el campo de lo que la comunidad científica norteamericana denomina periodismo “étnico”, que es un fenómeno que se ha desarrollado en las comunidades inmigrantes que se han ido asentando a lo largo de la historia en Estados Unidos, donde han creado un ecosistema periodístico verdaderamente singular, en el que conviven medios de comunicación que utilizan decenas de lenguas procedentes de diversas partes del mundo que desean satisfacer informativamente a sus lectores con noticias que los vinculan espiritual y culturalmente a un imaginario dual (el estadounidense y el del país de origen), mientras sirven, al tiempo, para sostener el negocio de sus creado-

res, inmigrantes que persiguen su sueño americano haciendo periodismo (Rhodes, 2010; McDonald, 2007; Vismanath y Arora, 2000; Miller, 1987).

En medio del mosaico de minorías de diversos orígenes que se han establecido en diferentes lugares de Estados Unidos a lo largo de los siglos, aparecen a finales del siglo XIX las primeras publicaciones periódicas en portugués (Pena-Rodríguez, 2021, pp. 31-44). Gracias a la llegada masiva de inmigrantes portugueses entre 1880 y 1930, cuando según el *Yearbook of Immigration Statistics 2012* entraron 233.532 portugueses, la edición de periódicos en la lengua de Camões se extiende por varios Estados, sobre todo en Massachusetts, California y Hawai, principales destinos de la emigración lusa en aquel período (Baganha, 2009; Williams, 2007).

La progresiva dispersión poblacional de los inmigrantes portugueses propició la aparición continua de nuevos periódicos en muchas ciudades norteamericanas de los Estados de Rhode Island, Nueva York, Nueva Jersey, Florida, Connecticut o Virginia, en una expansión continua que ha permitido registrar la existencia de al menos 167 publicaciones periódicas en portugués desde 1877, la mayoría efímeras (Pena-Rodríguez, 2020, pp. 45-59).

El estudio de la comunicación social lusa en el exterior (Pena-Rodríguez y Hohlfedt, 2021), y más específicamente la historia de la prensa y el periodismo inmigrante portugués en Estados Unidos (Pena-Rodríguez, 2020), es una línea de investigación que ha suscitado un escaso interés. Desde una visión interdisciplinar, los investigadores pioneros en el análisis de este fenómeno fueron Leo Pap, que publicó un capítulo en la obra colectiva de Sally M. Miller (1987) que aporta una visión panorámica de la evolución histórica de la prensa lusa, y Geoffrey L. Gomes (1995), que abordó la función política de este tipo de prensa en California entre 1888 y 1928.

Para aproximarse a este objeto de estudio, se han consultado los fondos bibliográficos de varias bibliotecas y archivos de Portugal y Estados Unidos. Las muestras hemerográficas para el análisis de contenido del *Portuguese Times* se han seleccionado de las copias guardadas en los Ferreira Mendes Portuguese-American Archives, situados en la Claire T. Carney Library de la University of Massachusetts Dartmouth.

2. El nuevo periodismo lusoamericano del “Portuguese Times”

El semanario *Portuguese Times* representa, en cierto modo, el inicio de una nueva etapa en la historia del periodismo portugués en Estados Unidos. Su traslado a New Bedford en 1973 desde su sede original en Newark (New Jersey), donde fue fundado en 1971, coincide con el cierre del *Diario de Noticias* de New Bedford (Massachusetts), posiblemente el proyecto periodístico más exitoso de cuántos ha habido en la comunidad lusa

en Norteamérica. Fundado por el empresario azoriano Guilherme Machado Luiz y bajo la dirección y propiedad desde los años cuarenta de João Rodrigues Rocha, el *Diário de Notícias* se publicó de forma ininterrumpida entre 1927 y 1973, y fue para muchos inmigrantes una especie de “alma de la colonia” (*A Luta*, 2 febrero 1938, p. 1). El *Portuguese Times* heredó parte de los lectores del *Diário de Notícias* en Nueva Inglaterra, adoptando un título y algunos contenidos en inglés para intentar atraer a los numerosos lusoamericanos nacidos en Estados Unidos (Pena Rodríguez, 2020, pp. 189-229).²

Su fundador fue Augusto Saraiva, un bibliotecario originario de Coímbra. En una primera fase fue dirigido por António Alberto Costa (natural de Lisboa), al que sucedió Manuel Adelino Ferreira entre 1979 y 2012, y desde entonces su director es Francisco Resendes, ambos oriundos de la isla de São Miguel (Azores). Aunque parece que la decisión de trasladar el *Portuguese Times* a New Bedford no tuvo relación con el cierre del *Diário de Notícias*, su desaparición fue muy favorable para los intereses comerciales del semanario, pues ocupó el vacío informativo dejado por el que hasta entonces era el buque insignia de la prensa lusoamericana. António Alberto Costa se hizo con la propiedad del *Portuguese Times* mientras desempeñaba funciones como director general de la emisora portuguesa WGCY, puesto que abandonaría en el verano de 1973 para dedicarse íntegramente al semanario (Ferreira, 2007, p. 189). Sin embargo, con el tiempo amplió sus negocios mediáticos, que actualmente incluye también el canal de televisión *The Portuguese Channel*. Tras inaugurar su nueva sede en New Bedford en 1973, el *Portuguese Times* se presentó ante su audiencia con un publrreportaje en el que se mostraba como un medio moderno equipado con la mejor tecnología (*Portuguese Times*, 2 enero 1975, pp. 18-20). Los recursos humanos del semanario formaban parte de un proyecto con vocación profesional dirigido por el propio António Alberto Costa, con Adelino Ferreira como Jefe de Redacción y Eurico Mendes entre sus redactores más destacados. Desarrolló, asimismo, una red de corresponsales y delegaciones que se fue extendiendo por varios Estados de la costa Este, como Connecticut, New York, Pennsylvania, New Jersey y Massachusetts. A lo largo de su historia, el *Portuguese Times* ha tenido decenas de colaboradores, entre ellos intelectuales o académicos de referencia en la comunidad, como los prestigiosos profesores Eduardo Mayone Dias y Onésimo T. Almeida, catedráticos respectivamente de la University of California en Los Ángeles y de la Brown University.

El semanario lusoamericano ha incluido tradicionalmente numerosos artículos de opinión, con una sección editorial específica en la que se abordan numerosas cuestiones relacionadas con la diáspora y asuntos de política nacional portuguesa o internacional. Además

² La publicación de contenidos en inglés fue un viejo dilema al que se enfrentaron muchos periódicos lusoamericanos, que veían como los lectores en su lengua vernácula no eran suficientes para garantizar su supervivencia.

de las informaciones en formato de crónicas o reportajes y entrevistas centradas en las noticias de la comunidad, con el tiempo el semanario ha ido modificando o incorporando nuevos contenidos distribuidos en múltiples secciones, entre las que se encuentran algunas dedicadas a gastronomía, crítica social, horóscopo, necrológica, o a asesorar a los inmigrantes para preparar el examen obligatorio exigido por las autoridades norteamericanas para los candidatos a nacionalizarse (PT, 2 mayo 2012, p. 5).

Aunque con evidentes limitaciones, en general la cobertura periodística del *Portuguese Times* sobre la comunidad inmigrante y los asuntos de la vida política en Portugal significó un cambio con respecto al modelo informativo del *Diário de Notícias*. En sus primeros números, su estilo periodístico tenía la frescura y la ambición de un proyecto renovador, que quería fidelizar y atraer más lectores en cada nueva edición. Además de coincidir con el cierre del *Diário de Notícias*, los inicios del *Portuguese Times* en New Bedford se vieron favorecidos por el gran interés de la opinión pública por el proceso de transición política en Portugal, lo que le permitió incrementar su tirada rápidamente y consolidar su difusión entre los inmigrantes.

Los hechos que se sucedieron durante el proceso revolucionario provocaron una gran atención mediática de los principales medios de comunicación internacionales, pero, sobre todo, impactaron de una manera muy especial sobre los núcleos inmigrantes portugueses y sus medios informativos, que siguieron la evolución del derrumbe del Estado Novo profundamente conmovidos y con enorme expectación. Se trataba, por tanto, de un asunto informativo extraordinario al que el *Portuguese Times* intentó darle la mejor cobertura informativa que le permitían sus limitados medios, publicando en alguna ocasión ediciones de más de 40 páginas. Además, la atmósfera de inquietud entre los inmigrantes, ansiosos por conocer lo que iba ocurriendo en su país de origen, fue propicia para que el *Portuguese Times* desarrollase incluso una campaña de captación de nuevos suscriptores titulada “campanha 20.000 assinantes”, con la que pretendía convertirse en el medio de referencia en la diáspora lusa en Estados Unidos.

En las semanas previas a las elecciones constituyentes, el *Portuguese Times* asumió una actitud de compromiso activo con la democracia, convocando a todos los portugueses a seguir con atención lo que acaecía en Portugal, tal y como reafirmó su director: “(...) não podemos conceber que haja um único português (ou descendente) espalhado pelo mundo, que não se preocupe com a situação de Portugal (...)” (PT, 10 abril 1975, p. 8). En un intento por reforzar el sentimiento de pertenencia a la comunidad lusoamericana, António Alberto Costa añadía, asimismo, que los que como él ya habían adquirido la nacionalidad americana, tenían todo el derecho a opinar y a tratar de influir en el futuro de Portugal, “(...) até porque profissionalmente, comercialmente e socialmente sempre temos estado ligados à Comunidade de Língua Portuguesa dos Estados Unidos (...)” (PT, 10 abril 1975, p. 8). Además, en un alegato en defensa de los valores de la democracia norteamericana, apeló

a su íntimo deseo de que su patria lusitana tomara ejemplo del modelo norteamericano: “(...) A América do Norte deu-nos a oportunidade de compreender com maior visão e sentido de justiça o bem e o mal. Foi aqui, nesta nação, que concede a todos os mesmos direitos e oportunidades, que principiamos a compreender todo o significado de Democracia, Liberdade e Justiça (...)” (*ibidem*).

El *Portuguese Times* no adopta una posición de mero espectador sobre la evolución política en Portugal, especialmente durante el proceso electoral del 25 de abril de 1975, bajo el gobierno provisional del primer ministro Vasco Gonçalves, muy próximo al Partido Comunista Portugués. En este período, el periódico expresó sus dudas, sus temores y sus decepciones intentando jugar un papel activo en defensa de un modelo democrático para Portugal y contra cualquier intento de establecer un nuevo régimen autoritario. El semanario de New Bedford hace suyo el llamado del presidente de la República Portuguesa, Francisco da Costa Gomes, quien el 12 de febrero de 1975 advertía a los partidos políticos que había que “evitar ditaduras” (*PT*, 13 de febrero de 1975, p. 1).

El *Portuguese Times* se mostró extremadamente preocupado por esta cuestión, porque temía que la afiliación comunista de algunos líderes del movimiento revolucionario pudiera conducir a Portugal hacia un nuevo modelo dictatorial, aunque de signo ideológico opuesto al salazarismo. Así, en una de sus portadas advierte a sus lectores, con tono pedagógico pero persuasivo, sobre el significado de la palabra “totalitario”: “Indica o poder ilimitado de um governo ditatorial ou de um partido único. Um governo é arbitrário quando decide, arbitrária e abusivamente, sobre toda a vida (e a morte!) dos cidadãos (...)” (*PT*, 20 de febrero de 1975, p. 1). Para reforzar su compromiso contra todo autoritarismo y crear una mayor conciencia sobre el decisivo resultado de las elecciones, el semanario buscó la inspiración de líderes políticos o intelectuales cuyo discurso pudiese ayudar a los inmigrantes a comprender la gravedad del momento. Entre los testimonios y opiniones recogidas, posiblemente la exclusiva más sensacional fue una entrevista con el senador Ted Kennedy, que se manifestó confiado en el «bom senso dos portugueses» y la instauración de la democracia en Portugal (*PT*, 20 de febrero de 1975, p. 1).

3. La campaña a favor de la democracia: miedo, movilización y propaganda

Durante los tres meses previos a las elecciones, el *Portuguese Times* intentó movilizar masivamente de los inmigrantes a favor de la democracia haciendo uso de una estrategia emocional basada en el miedo a la implantación de una dictadura comunista en Portugal. Su implicación en el proceso fue tal que llegó a organizar unas elecciones entre los inmigrantes en Estados Unidos sobre las diferentes opciones políticas para su país de origen. A inicios de 1975, el *Portuguese Times* convocó a todos sus suscriptores a participar en esta singular convocatoria electoral para elegir al político portugués que consideraban

más capacitado para dirigir el país en aquellos difíciles momentos (*PT*, 13 de febrero de 1975, p. 1). El objetivo de esta votación, celebrada por correo, era escoger al nuevo presidente de la República de Portugal, dentro de lo que el periódico entendía como una forma de dar voz a los inmigrantes, con una clara demostración de plena libertad democrática que pretendía otorgar legitimidad y poder de influencia política a la diáspora.

Según las informaciones publicadas por el periódico, en pocos días recibió más de 700 votos. Algunos de ellos fueron anulados por diferentes razones, entre ellos los que, sorprendentemente, contenían el nombre de Salazar, Carmona o Lenin. El vencedor, con 328 votos, fue el general António de Spínola, quien ya había presidido el gobierno entre mayo y septiembre de 1974 (*PT*, 13 de febrero de 1975, p. 1).³

Cuando a mediados de marzo de 1975 el gobierno provisional dimite y se suceden las negociaciones para crear un nuevo gabinete en medio de una gran confusión e inestabilidad política, António Alberto Costa ruega a sus lectores prudencia y calma (*PT*, 20 de marzo de 1975, p. 1). Sin embargo, la influencia del Partido Comunista Portugués en todo el proceso hace que el *Portuguese Times* tema seriamente por una deriva autoritaria de signo comunista. Por eso en su editorial del 27 de marzo de 1975, el semanario insta a todos los miembros de la colonia portuguesa a actuar inmediatamente presionando a los líderes políticos norteamericanos para que se pronuncien a favor de la instauración de un sistema político democrático en Portugal. Consciente de la sensibilidad y el rechazo general de la clase política norteamericana hacia los movimientos filocomunistas, la cabecera anuncia el envío de un telegrama a los senadores Kennedy, Brooke, Pastore, Pell e Buckley para solicitarles que conminen al gobierno luso a respetar el derecho a voto, así como la libertad de expresión y asociación, con el objetivo de impedir un régimen comunista en Portugal.

El telegrama (traducido al portugués por el semanario) decía lo siguiente: “Urgimos forte oposição Comunismo em Portugal. Sabemos que jornalistas que criticam a política do governo são multados e detidos. Publicações anti-comunistas estão a ser suspensas. E. U. têm de se pronunciar abertamente” (*PT*, 27 de marzo 1975, p. 1). Para amplificar su impacto y efecto persuasivo entre los representantes políticos estadounidenses, el *Portuguese Times* solicita a sus lectores que dirijan también a los senadores de los Estados donde residen telegramas replicando el mismo contenido, al tiempo que propone organizar una gran manifestación ante la embajada de Portugal en Washington (*PT*, 27 de marzo 1975, p. 1).

³ Según el periódico, el resultado de la votación fue el siguiente: António de Spínola, 328 votos; Sá Carneiro, 192; Marcelo Caetano, 54; Costa Gomes, 46; Mário Soares, 14; Álvaro Cunhal, 8; Palma Carlos, 6; Saraiva de Carvalho, 4; Vasco Gonçalves, 2; Melo Antunes, 2 y Américo Tomás, 2. El periódico destaca la alta participación de la votación, teniendo en cuenta que cada votante debía enviar a su costa el voto por correo.

El eco de la propaganda del semanario de New Bedford llegó también al presidente de los Estados Unidos, Gerald R. Ford, que recibió decenas de cartas de lusoamericanos que solicitaban su intervención en el proceso de transición portuguesa, dentro de una acción de activismo político orquestado por el *Portuguese Times* (PT, 3 abril 1975, p. 20). El semanario publicó en sus páginas un modelo de misiva recortable que sus lectores debían enviar al presidente norteamericano, apelando al miedo de los inmigrantes a una nueva dictadura, considerando que “(...) o maior inimigo da Democracia é o regime Comunista totalitário” (PT, 3 abril 1975, p. 20). La carta enviada al presidente de los Estados Unidos decía lo siguiente:

I, the undersigned, appeal to you to use the power of your office in aiding the people of Portugal to institute a truly system in their native land. All reports indicate the possibility of a leftist take over which, if occurs, will eventually lead to serious repercussions for the Western World. Elections are scheduled to take place in Portugal on April 25. The provisional government of Portugal has announced that the people will freely choose “the socialist system which they desire”. This, in itself, indicates a biased and false meaning of Democracy. Please use all your diplomatic influences to ensure that Portugal will not become another Soviet Satellite. (PT, 3 abril 1975, p. 20)

El *Portuguese Times* se declaró abiertamente anticomunista, decidido a combatir cualquier solución no democrática. En este sentido, su director publicó varios artículos de opinión alertando del peligro de la propaganda comunista ante la “ingenuidade do povo português”. Según su punto de vista, el éxito persuasivo de los comunistas se debía, sobre todo, a los abusos cometidos durante la dictadura y el descontento popular con la situación (PT, 3 abril 1975, p. 1).

El semanario lusoamericano veía con extraordinario recelo la evolución de los acontecimientos en Portugal. El rumbo que había tomado el gobierno provisional de Vasco Gonçalves, declarado marxista, se alejaba cada vez más de lo que el periódico consideraba “principios rudimentares” de una auténtica democracia (PT, 3 abril 1975, p. 1). El periódico argumentaba que no había una clara división de poderes entre el poder ejecutivo, legislativo y judicial: “(...) As decisões arbitrárias do governo provisório de Portugal são tanto máis condenáveis, quanto é certo que se trata apenas dum govêrno provisório que não pode, por muito que o tente, justificar-se representante da vontade do povo que ainda não teve oportunidade de se pronunciar por voto secreto e livre (...)” (PT, 3 abril 1975, p. 1).

Sin embargo, este posicionamiento político no fue del agrado de un grupo de inmigrantes que simpatizaban con el comunismo y que veían en esos comentarios una actitud reaccionaria. Según António Alberto Costa, el número de comunistas en la colonia era pequeño pero muy activo, “(...) muito dedicado á causa, à conspiração internacional marxista (...)” (PT, 13 febrero 1975, p. 9). De hecho, este grupo de inmigrantes organizaron varias accio-

nes de propaganda contra el *Portuguese Times*, entre ellas la edición de un folleto que vinculaba al semanario con la CIA (PT, 13 febrero 1975, p. 9).

Como una forma de presionar al gobierno luso, durante la encendida polémica sobre el cambio de modelo político en Portugal el *Portuguese Times* otorgó protagonismo al Movimiento para la Autodeterminação do Povo Açoriano (MAPA), surgido en junio de 1974 y que creó un nuevo foco de inestabilidad política para el gobierno portugués. Aprovechando que la mayoría de los inmigrantes eran de origen azoriano, el *Portuguese Times* alega que algunas de las demandas del MAPA, relacionadas con la crónica falta de inversión pública del Estado portugués en el archipiélago, eran razonables (PT, 3 abril 1975, p. 1). Y, aunque el periódico se muestra contrario a la independencia de las Azores, ve al gobierno de Lisboa incapaz de corregir este desequilibrio histórico, dando incluso voz a José de Almeida, uno de los líderes del movimiento independentista, al que entrevista para agitar todavía más el debate político en torno al futuro de esta región insular y así contribuir a desestabilizar todavía más al gobierno portugués (PT, 3 abril 1975, p. 1).

Los llamados del *Portuguese Times* a la movilización popular a favor de la democracia en Portugal tuvo su reflejo en varias acciones de protesta y manifestaciones organizadas por los inmigrantes en diversas ciudades de Estados Unidos. El semanario informa, además, de que algunos políticos de origen portugués estaban también reaccionando favorablemente a la campaña (PT, 10 abril 1975, p. 1). Entre otras iniciativas de carácter simbólico y con resonancia mediática en los lugares con presencia portuguesa, el concejal en el ayuntamiento de Fall River (Mass.) John Medeiros, presentó una moción en el pleno municipal contra la “possibilidade de uma tomada de Portugal por facções esquerdistas” (PT, 10 abril 1975, p. 1). Y tres semanas antes de las elecciones del 25 de abril, más de tres mil portugueses se congregaron ante la sede de las Naciones Unidas, en Nueva York, para pedir apoyo internacional a favor de la democracia en Portugal (PT, 10 abril 1975, p. 1). Una concentración que concluyó con el envío de un telegrama al gobierno de Lisboa contra la implantación de un nuevo sistema político autoritario:

Portugueses residentes Costa Leste Estados Unidos da America do Norte manifestaram hoje dia 5 de abril de 1975 junta Nações Unidas em Nova Iorque, desejo cumprimento promessa programa Movimento Forças Armadas em relação dar povo português eleições livres 25 de Abril para estabelecimento Democracia nosso querido Portugal e repúdio por regimes ditatoriais sejam quais forem as suas ideologias (PT, 10 abril 1975, p. 1).

Decidido a crear una atmósfera de movilización y activismo político, una de las acciones de protesta popular más significativas entre las alentadas por el *Portuguese Times*, se desarrolló el 19 de abril de 1975, cuando más de cinco mil inmigrantes se desplazaron a Washington desde Nueva Inglaterra para manifestarse frente a la Casa Blanca (PT, 24 abril

1975, pp. 1 y 14). Junto a la sede de la presidencia del gobierno de EE.UU. y en nombre de la comunidad lusoamericana, José Nunes Costa, médico de profesión, leyó un manifiesto en defensa de la aplicación del “programa original” del Movimento das Forças Armadas, que pretendía crear un sistema de libertades cívicas (*PT*, 24 abril 1975, p. 1). Nunes Costa denuncia así la adulteración de los objetivos iniciales del MFA (*ibidem*). La imparcialidad y neutralidad ideológica del MFA de los primeros días de la revolución se había diluido, según el manifiesto publicado íntegramente por el *Portuguese Times*, que muestra su rechazo a la censura y a un régimen de partido único:

(...) Contra qualquer forma de censura. Contra as eleições que não sejam completamente livres ou que não respeitem a vontade expressa pelo povo. Contra a prisão sem culpa provada. (...) Somos contra a instalação em Portugal de qualquer partido único, venha ele das direitas ou das esquerdas (...). Queremos que Portugal seja uma nação livre num mundo livre e que todos os portugueses possam viver em tranquila liberdade. Viva Portugal! (*PT*, 24 abril 1975, p. 14).

La manifestación desembocó ante la embajada de Portugal en Washington, donde sus organizadores fueron recibidos por el embajador, João Hall Themido, al que le transmitieron su protesta porque algunos periódicos de Lisboa habían publicado informaciones ofensivas contra ellos (*PT*, 24 abril 1975, p. 14). Algunos medios habían afirmado que los participantes del movimiento a favor de la democracia en Portugal eran “fascistas”; y se les acusaba, además, de hacer “propaganda contra o 25 de Abril” (*ibidem*).

En el contexto de este clima de agitación en la diáspora estimulada por el *Portuguese Times*, algunos medios de Portugal, como el prestigioso semanario de Lisboa *Expresso*, criticó duramente la campaña de presión al gobierno norteamericano iniciada por el periódico de New Bedford. Una crítica a la que el director del *Portuguese Times* respondió atacando al *Expresso* por su silencio ante las detenciones de periodistas y la suspensión de la edición de las cabeceras *Noticia* y *Liberdade*:

(...) O que nós e todos os bons democratas querem saber é: O que é feito dos 10 jornalistas portugueses de Angola que foram detidos e enviados para Lisboa? Com que direito se suspendeu a revista ‘Noticia’ e o jornal ‘Liberdade’? Como se justificam as prisões arbitrárias sem culpa formulada de indivíduos que se encontram nas masmorras, sem tão pouco terem o direito de receber a visita dos seus advogados de defesa? Estas são apenas três perguntas que merecem esclarecimento. Da parte do ‘Expresso’ ou do governo provisório que se pretende tornar permanente a “bem do povo” (...) (*PT*, 24 abril 1975, p. 8).

4. La voz de los inmigrantes en las páginas del periódico lusoamericano

Durante las semanas que duró el proceso electoral, la sección de cartas al director del *Portuguese Times* publicó decenas de testimonios de inmigrantes que exponían su visión sobre el rol político que debía jugar la comunidad lusoamericana en relación con los acontecimientos de Portugal. El semanario, en un gesto que pretendía legitimar su defensa de la libertad de expresión y la pluralidad ideológica, publicó misivas que censuraban el activismo del periódico y sus mensajes propagandísticos a favor de la democracia, criticando incluso su “acção anti-democrática” por tratar de interferir en la política nacional portuguesa (PT, 24 abril 1975, p. 8).

Este era el sentido, por ejemplo, de la carta de Judite Dias, una lectora de Newark (New Jersey), que solicitó respeto para los portugueses que viven en Portugal, alegando que muchas de las protestas que se estaban sucediendo dentro de la colonia tenían un trasfondo “reaccionario” (PT, 10 abril 1975, p. 8). Ilídio Gomes (de Central Falls, Rhode Island), fue más explícito y contundente en su rechazo a la campaña desarrollada por el semanario a favor de la democracia en Portugal, al considerar que la presión ejercida por el *Portuguese Times* sobre el presidente de EE.UU. y otros políticos americanos respondía a un movimiento “anti-portugués”, pues representaba una “ingerência” en los asuntos internos de Portugal (PT, 17 abril 1975, p. 7).

Otros lectores, como el azoriano Jorge M. Silva, de Pawtucket (Rhode Island), proponía soluciones radicales si se implantaba una dictadura comunista, demandando la independencia para las Azores, cuya posición estratégica en el corazón del Atlántico – argumentaba – garantizaba su suficiencia económica, con apoyos financieros de países como Estados Unidos y Francia, además de los recursos naturales y las divisas provenientes de los inmigrantes (PT, 10 abril 1975, p. 8). La excitación del debate en la esfera mediática diaspórica provocó incluso que lectores como Jorge M. Silva hicieran un llamado a la lucha por la libertad del pueblo azoriano: “(...) ANTES MORRER LIVRES QUE EM PAZ SUJEITOS (...) Desse povo desprotegido e abandonado eu saí. Por esse povo abandonado eu lanço o grito de alarma e de luta. Lutemos para que nossos irmãos isolados do Atlântico tenham a liberdade a que têm direito (...)”. (PT, 10 abril 1975, p. 8, mayúsculas en el original). Y José Afonso Rocha (de San José, California) era partidario incluso de la inmediata secesión del archipiélago, alegando que se había convertido en una colonia de Lisboa (PT, 24 abril 1975, p. 8).

Sin embargo, como contrapunto a los alegatos independentistas, el *Portuguese Times* publicó cartas de lectores que pedían cautela y sentido común (PT, 24 abril 1975, p. 9). También tuvieron voz algunos azorianos que proclamaban que el socialismo no promovía la dictadura, al contrario: “SER SOCIALISTA é acreditar no poder revolucionário da liberdade; é acreditar no poder criador e progressista do nosso Povo através da liberdade de pensamento, liberdade de expressão e liberdade de associação (...)” (PT, 24 abril 1975, p. 9, mayúsculas en el original). También hubo espacio para inmigrantes que prefirieron

utilizar el género lírico para expresar su amor a Portugal y su rechazo al comunismo: (...) Ó minha Pátria adorada/ De tanta beleza infinita./ És agora profanada/ Por uma *corja* maldita (...) (*PT*, 24 abril 1975, p. 9).

El compromiso asumido por el *Portuguese Times* con los principios de la democracia liberal lo llevaron a asumir la pluralidad de sentimientos e ideas políticas en el seno de la comunidad lusoamericana, algunas muy críticas con su línea editorial. La sección de cartas al director reflejó, por tanto, la diversidad de opiniones y visiones que sus lectores tenían sobre el futuro político de Portugal y la función que los inmigrantes debían desempeñar en este difícil trance.

La interacción de los lectores con el semanario a través de sus emocionadas cartas revelan que el proceso de elecciones constituyentes y todas sus dinámicas de antagonismos ideológicos se proyectaron también en la diáspora portuguesa de Estados Unidos, haciendo así que la reverberación del ambiente revolucionario de Portugal tuviera un eco transatlántico.

Conclusiones

Durante los tres meses previos a las elecciones constituyentes del 25 de abril de 1975, el *Portuguese Times* aprovechó la gran expectación y resonancia mediática en torno al decisivo proceso político que atravesaba Portugal para afirmar su compromiso con la democracia, lo que lo llevó a desarrollar algunas acciones de propaganda que tuvieron una relevante repercusión entre los inmigrantes de la diáspora norteamericana.

Al tiempo que intentaba atraer y aumentar el número de lectores, ansiosos por conocer la evolución de los acontecimientos en Portugal, con una amplia cobertura periodística, y asumiendo una posición de activismo político, se convirtió en un emisor propagandístico anticomunista. El *Portuguese Times* apeló con frecuencia al miedo a una nueva dictadura para agitar e influir en la opinión pública inmigrante, a la que incitó a manifestarse en diferentes ciudades norteamericanas y a difundir cartas y manifiestos en defensa de la democracia en Portugal.

De hecho, su posición prodemocrática y anticomunista estimuló el debate y contribuyó a la reacción y movilización de los inmigrantes a través, entre otras acciones, de la convocatoria de manifestaciones o el envío de cartas y telegramas a los políticos más influyentes de Estados Unidos en un momento trascendental para el futuro de Portugal. Muchos inmigrantes se sintieron interpelados por sus mensajes propagandísticos en contra de soluciones políticas que derivasen en la instauración de una dictadura de signo comunista.

De este modo, el *Portuguese Times* se transformó en un espacio de debate abierto y plural para sus lectores, que encontraron en el periódico no sólo una fuente de información, agitación y propaganda, sino que les permitió también difundir sus opiniones y criticar incluso su implicación activa contra la propaganda comunista en la transición portuguesa.

Referencias bibliográficas

- American Census Bureau** (2012). *Yearbook of Immigration Statistics*. [Recuperado de https://www.dhs.gov/sites/default/files/publications/Yearbook_Immigration_Statistics_2012.pdf]
- Baganha, M. I.** (2009). The Lusophone Migratory System: Patterns and Trends. *International Migration*, 47(3), 5-20. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2435.2009.00522.x>
- Baines, P., O'Shaughnessy, N., y Snow, N.** (Eds.) (2019). *The SAGE Handbook of Propaganda*. Sage Publications.
- Ferreira, A.** (2007). The Impact of the Post-Capelinhos Immigration Wave on the Portuguese Media in the United States. The Portuguese-Language Media on the East Coast. In J. Figueira (Ed.). *Os jornais como actores políticos: o Diário de Notícias, Expresso e Jornal Novo no Verão quente de 1975* (pp. 178-193). Minerva.
- Gomes, G.** (1995). The Portuguese-Language Press in California: The Response to American Politics, 1880-1928. *Gávea-Brown*, XV-XVI, 17-28.
- Gomes, P. M.** (2021). *A Imprensa na Revolução. Os Novos Jornais e as Lutas Políticas de 1975*. Imprensa Nacional Casa da Moeda.
- Goulart, T.** (Ed.) (2007). *Capelinhos. A Volcano of Synergies. Azorean Emigration to America*. Governo Regional dos Açores.
- Herman, E. S.** (2000). The propaganda model: a retrospective. *Journalism Studies*, 1(1), 101-12. <https://doi.org/10.1080/146167000361195>
- Jiménez, J. C.** (2009). *España y Portugal en transición: los caminos a la democracia en la Península Ibérica*. Sílex.
- Lima, H.** (2014). The Portuguese press in the 3rd Republic. En J. P. Sousa et al. (Eds.). *History of the Press in the Portuguese-Speaking Countries* (pp. 327-374). Media XXI.
- Luís, R. F. S.** (2012). *La reacción española ante la revolución portuguesa a través de la prensa. El tratamiento de los principales diarios (1974-1976)*. Universitat Pompeu Fabra [Tesis doctoral]. [Recuperado de <http://hdl.handle.net/10230/5904>].
- McDonald, J.** (2007). *American Ethnic History. Themes and Perspectives*. Rutgers University Press.
- Medeiros Ferreira, J.** (2003). *Portugal en transición*. Fondo de Cultura Económica.
- Miller, S. M.** (Ed.) (1987). *The Ethnic Press in the United States. A Historical Analysis and Handbook*. Greenwood Press.
- Pap, L.** (1987). The Portuguese Press. En S. M. Miller (Ed.). *The Ethnic Press in the United States. A Historical Analysis and Handbook* (pp. 291-302). Greenwood Press.
- Pena Rodríguez, A.** (2020). *News on the American dream. A history of the Portuguese press in the United States*. Tagus Press/University of Massachusetts Press.

- Pena Rodríguez, A.** (2021). *Comunicar en la diáspora. Prensa, radio, exilio y propaganda entre los inmigrantes portugueses en Estados Unidos*. Comares.
- Pena Rodríguez, A., y Hohlfeldt, A.** (Eds.) (2021). *Para uma História do Jornalismo Português no Mundo*. Icnova.
- Mesquita, M.** (1994). O Caso República. Um incidente crítico. *Revista de História das Ideias*, 16, 507-554. https://doi.org/10.14195/2183-8925_16_17
- Mesquita, M. y Rebelo, J.** (Eds.) (1994). *O 25 de Abril nos Media Internacionais*. Edições Afrontamento.
- Rezola, M. I.** (2008). Del Movimiento de los Capitanes al Consejo de la Revolución: la cuestión electoral y el debate en torno a la institucionalización del Movimiento de las Fuerzas Armadas. *Historia y política*, 7, 181-210. [Recuperado a partir de <https://recyt.fecyt.es/index.php/Hyp/article/view/44868>].
- Rhodes, L. D.** (2010). *The Ethnic Press: Shaping the American Dream*. Peter Lang.
- Ribeiro, N.** (2002). *A Rádio Renascença e o 25 de Abril*. Universidade Católica.
- Ribeiro, V.** (2014). Os primeiros passos da comunicação política democrática em Portugal: a 5.ª divisão do MFA como motor da propaganda revolucionária no PREC. *História: Revista da FLUP*, 4, 79-91. [Recuperado de <https://ojs.letras.up.pt/index.php/historia/article/view/1204/1030>].
- Sanchez Cervelló, J.** (1995). *La transición portuguesa y su influencia en la transición española (1961-1975)*. Nerea.
- Soules, M.** (2015). *Media, persuasion and propaganda*. Edinburgh University Press.
- Sousa, J. P. y Lima, H.** (2020). História do jornalismo em Portugal: proposta de periodização. *Revista Brasileira de História da Mídia*, 9(2), 171-190. <https://doi.org/10.26664/issn.2238-5126.92202012183>
- Vismanath, K. y Arora, P.** (2009). Ethnic Media in the United States: An Essay on Their Role in Integration, Assimilation and Social Control. *Mass Communication & Society*, 3(1), 39-56. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0301_03
- Williams, J.** (2007). *In Pursuit of Their Dreams. A History of Azorean Immigration to the United States*. Tagus Press/University of Massachusetts Press.

Entre trauma e autobiografia: o relato jornalístico de Otto Maria Carpeaux sobre o colapso da Áustria na década de 1930 ¹

Mauro Souza Ventura

Universidade Estadual Paulista – UNESP

ms.ventura@unesp.br

Resumo: O artigo tem por objetivo caracterizar e interpretar o engajamento de Otto Maria Carpeaux (1900-1978) no Estado Corporativo (*Ständestaat*) durante os governos Dollfuss-Schuschnigg, da Áustria, no período de 1934 a 1938. Para isso, efetua uma análise interpretativa da obra *Van Habsburg tot Hitler* (Dos Habsburgos a Hitler), relato testemunhal sobre os anos de militância do jornalista austro-brasileiro no referido período. Tal caracterização terá como procedimento metodológico a análise interpretativa da obra *Van Habsburg tot Hitler* (Dos Habsburgos a Hitler), a partir dos conceitos de trauma e testemunho. De acordo com Márcio Seligmann-Silva, o testemunho se caracteriza por ser “uma tentativa de reunir os fragmentos do ‘passado’ (que não passa), dando um nexo e um contexto aos mesmos”. Mas o passado testemunhado neste livro é o passado histórico, o que inclui a memória pessoal do sobrevivente Carpeaux, inserindo-se no conjunto de obras testemunhais escritas por autores que sobreviveram e/ou evocaram as catástrofes do século XX. Este relato jornalístico pode ser definido, conforme assinala Philippe Lejeune, como uma “narrativa retrospectiva em prosa que uma pessoa real faz de sua própria existência, quando focaliza sua história individual, em particular a história de sua personalidade”. Otto Maria Carpeaux chegou ao Brasil em 1939 e foi um dos principais jornalistas brasileiros do século XX e esta obra, absolutamente desconhecida tanto no Brasil quanto na Europa, foi escrita e publicada em 1938, quando Carpeaux estava em Antuérpia, na Bélgica, após sua fuga de Viena, em março daquele ano.

Palavras-chave: História do Jornalismo; Testemunho; Autobiografia; Otto Maria Carpeaux;

Introdução

“O autor deste livro é austríaco e católico e escreve no exílio porque permaneceu fiel à sua pátria e à sua fé e deseja permanecer fiel a elas”. (Wiesinger, 1938, p. 7). Assim inicia o relato, feito em estilo testemunhal e tom sombrio, que Carpeaux escreveu em Antuérpia, na Bélgica, para onde foi após a anexação da Áustria pela Alemanha, em março de 1938. Registro no seu passaporte indica que, em 30 de maio de 1938, Carpeaux estava morando em Duffel, pequena cidade da Bélgica localizada a 20 km de Antuérpia. Foi, provavelmente, nesta pequena cidade que ele escreveu este livro.

Publicado em 1938 por duas editoras da Bélgica (*Orbis*, de Antuérpia e *De Gemeenschap*, de Bilthoven), poucos meses antes de embarcar para o Brasil, *Van Habsburg tot Hitler* (Dos Habsburgos a Hitler) é o relato de seus anos de militância em defesa de seus ideais.

¹ Este artigo é resultado de duas pesquisas financiadas pela FAPESP (Processo 2015/015723 e Processo 2020/13540-7).

Mas é também um esforço para deixar evidente seu ponto de vista e seu envolvimento direto no desenrolar da crise austríaca da década de 1930.

Neste texto, Carpeaux faz questão de dizer que conheceu pessoalmente os principais líderes austríacos do período, como Otto Bauer, Engelbert Dollfuss e Kurt Schuschnigg. (Wiesinger, 1938, p. 183). Um testemunho que adquire extrema importância na medida em que permite esclarecer várias dúvidas, assim como certas perguntas que fizemos ao longo desta pesquisa e que ainda aguardam resposta. Como, por exemplo, seu posicionamento em relação ao Estado Corporativo de Dollfuss e Schuschnigg, a quem ele diz com todas as letras ter “servido fielmente durante cinco anos”.

Podemos nos orgulhar de ter servido fielmente este Estado durante cinco anos. (...) É por isto que amamos esta nova Áustria com todos os seus defeitos e imperfeições; é por isto que nos queixamos desta nova Áustria, é por isto que lutamos por esta nova Áustria, é por isto que derramamos as nossas lágrimas no seu túmulo. (Wiesinger, 1938, p. 9).

Ao longo dos doze curtos capítulos que compõem o livro, percebe-se o tom melancólico de seus comentários e reflexões. Quando se refere à velha Áustria, Carpeaux relembra sua juventude em Viena, antes da Primeira Guerra Mundial, que ele chama de a “cidade da alegria de viver e da música de opereta”. (Wiesinger, 1938, p. 12).

1. Estado da questão

A eclosão da Primeira Guerra, em 1914, entrou para a história como o marco inicial do século 20. Para Carpeaux, foi o colapso de uma civilização, a Casa da Áustria, que ele chama de “Velha Áustria” no primeiro capítulo do livro. Nascido em 1900, Carpeaux passou sua primeira infância nesta velha Áustria, o que explica o tom saudosista na abertura do relato.

Viena antes da guerra era a cidade da alegria de viver. Estrangeiros olhavam para ela com espanto, como uma terra de ociosidade. As almôndegas e os alimentos feitos de farinha doce ficavam empilhados sobre os pratos e o preço de um quarto de litro de vinho era a medida geral de valor, pela qual o povo de Viena, que nunca desprezou um copo de vinho, media a prosperidade do país. (Wiesinger, 1938, p. 12).

Uma viva consciência quanto à missão histórica reservada ao império austro-húngaro e, nos anos 1930, à chamada Nova Áustria, estão presentes nesse relato, como revela o trecho a seguir:

Do alto das montanhas, os mosteiros e abadias da ordem beneditina pareciam castelos do Graal naquela florescente paisagem do Danúbio; eram testemunhas de uma cultura antiga, na qual a herança popular e a fé católica se fundiam com a consciência de uma missão histórica indestrutível. (Wiesinger, 1938, p. 12-13).

Mas, em agosto de 1914 os soldados austríacos foram para a frente de batalha sem saber por que motivo estavam lutando e morrendo. “A Áustria sangrou e a monarquia dos Habsburgos morreu”, lamenta Carpeaux. (Wiesinger, 1938, p. 24). Com o colapso do instrumento de poder da Monarquia, só restou ao velho imperador declarar, em 28 de outubro de 1918, que “todas as nações de seu império se tornariam autônomas e prometeu que a guerra terminaria imediatamente”. (Wiesinger, 1938, p. 29). Mas era tarde demais. As nações que formavam o antigo império já estavam mobilizadas pelo ideal do nacionalismo e, num só golpe, romperam com o império.

Este relato autobiográfico permite também que conheçamos a opinião de Carpeaux sobre as forças políticas de sua época, situando com mais precisão seu próprio pensamento.

E tal como na social-democracia de Viktor Adler o veneno rastejante do comunismo se preparou lentamente, tal como no Partido Social Cristão de Karl Lueger a teoria social católica foi cada vez mais substituída pelo egoísmo de uma classe, também do anti-catolicismo e do nacionalismo anti-semita de Georg von Schönerer surgiu a doutrina que muito mais tarde poria fim à existência da Áustria com o Nacionalsocialismo. (Wiesinger, 1938, p. 16).

Aqui estão, a um só tempo, as objeções do jornalista militante à social-democracia, ao Partido Social-Cristão e ao Nacionalsocialismo. As críticas mais veementes, no entanto, recaem sobre os socialistas. No cenário pós-1918, Carpeaux via com preocupação a influência socialista nesta pequena Áustria.

Desde então, o terror vermelho reinou em Viena. Os conselhos operários interferiam em todos os assuntos da administração, ocuparam casas privadas e requisitaram alimentos. E o *Volkswehr*, o exército recém-criado, composto exclusivamente por socialistas radicais, ameaçava diariamente com uma ditadura do proletariado. Seu 41º Batalhão, que ostentava bandeira soviética, era especialmente formidável. (Wiesinger, 1938, p. 30-31).

A passagem acima não deixa dúvida sobre o lugar de fala desse jovem Carpeaux. Contribui também para entendermos sua ligação com Dollfuss e com o *Ständestaat*. Nem por isso ele deixa de reconhecer os avanços das reformas sociais em grande escala feitas pela administração socialista de Viena. “O socialismo austríaco criou uma obra de significado duradouro. Quando as vozes dos homens se calarem, as pedras dos gigantescos complexos

residenciais de Viena ainda falarão”, escreve Carpeaux, com uma sinceridade que ainda hoje comove o leitor. Afinal, quem faz este reconhecimento da importância da obra social da Viena Vermelha é um defensor do *Ständestaat*, alguém que se orgulha de ter servido fielmente este *Ständestaat* durante cinco anos. (Wiesinger, 1938, p. 8).

Um dos elementos fundamentais para se entender a cosmovisão de Otto Maria Carpeaux está na identificação das influências determinantes de sua formação. Na década de 1920, a cidade de Viena, que possuía status de governo estadual, era administrada pelo Partido Social-democrata e os vienenses experimentaram uma época de intensa reforma urbana e social, em especial no campo habitacional. A Viena Vermelha, como foi chamada então – principalmente pelos opositores – irradiou sua influência política para outras capitais, chegando a ser considerada uma referência internacional em termos de políticas públicas.

Outro influxo importante nesse período, que corresponde à juventude de Carpeaux, era a presença marcante da modernidade vienense, sintetizada em seu aspecto cultural no círculo de jovens poetas e escritores que se reuniam nos cafés em torno de Arthur Schnitzler, Hermann Bahr, Hugo von Hofmannsthal e Stefan Zweig.

Ora, Carpeaux não foi influenciado nem pelas ideias sociais da Viena Vermelha, nem pelo esteticismo desta “jovem Viena”. Sua visão de mundo seguiu pela trilha do conservadorismo político e moral. O endosso a Ignaz Seipel, uma das principais figuras do conservadorismo austríaco atesta esta proximidade. No início da década de 1920, quando a crise econômica atingiu seu ponto máximo, com inflação em alta e escassez de alimentos e de carvão, a atuação firme de Seipel – que se tornara chanceler em 1922 –, negociando acordos com países vizinhos e obtendo um empréstimo com o endosso da Liga das Nações, é elogiada por Carpeaux.

Mas ainda havia homens na Áustria que conheciam a alma da Áustria e acreditavam na Áustria. Eram alguns católicos e, no meio deles, estava um prelado, um homem de traços duros e fechados, um tipo de César, consciente da sua vocação: Ignaz Seipel. (Wiesinger, 1938, p. 35).

Naquele momento, Seipel foi um dos que atacaram com veemência as medidas “ao estilo soviético” dos social-democratas. De acordo com Janek Wasserman, o sacerdote católico “criticou os programas educacionais dos austro-marxistas como infrutíferos e prejudiciais à Nação”. (Wasserman, 2014, p. 1).

Friedrich Funder, editor do Reichspost, autor do prefácio ao segundo livro de Carpeaux, *A missão européia da Áustria* (1935) também dirigiu ataques às reformas da Viena Vermelha, comparando os líderes socialistas a “um elefante em uma loja de porcelanas, destruindo todas as boas qualidades da cidade”. (Wasserman, 2014, p. 01).

Este grupo político ao qual Carpeaux estava ligado passou a exercer influência cada vez maior na paisagem intelectual e cultural da Áustria. Nesse sentido, é necessário compreender os posicionamentos de Carpeaux considerando o papel desempenhado pelos pensadores e políticos conservadores, já que sua influência nos intensos debates intelectuais, ocorridos no período, tem sido, muitas vezes, subestimada. Somente se considerarmos o papel e a força desses agentes políticos é que poderemos entender a real dimensão dos conflitos ideológicos que marcaram a trajetória de Carpeaux na Áustria.

2. Referencial teórico

Van Habsburg tot Hitler é um livro revelador. No capítulo 08, intitulado “A experiência da nova Áustria”, Carpeaux manifesta explicitamente seu apoio e sua filiação ideológica ao *Ständestaat*. De início, ele busca relativizar a atuação de Dollfuss, que “colocou todo o poder nas mãos de um governo que não era controlado por ninguém e cujos membros não podiam preocupar-se com todos os detalhes”. (Wiesinger, 1938, p. 113). Reconhece, no entanto, que a política austríaca se desenvolveu no rumo de uma “democracia autoritária”, ao escrever que “em 11 de setembro de 1933, Dollfuss proclamou como seria a nova Áustria: autoritária, dividida de acordo com classes profissionais, alemã e cristã”. (Wiesinger, 1938, p. 111). Carpeaux relata também que os austríacos não ficaram satisfeitos com o funcionamento do novo governo, anunciado em 1º. de novembro de 1934.

[Os austríacos] acalentavam a esperança de que o poder recém criado ficasse nas mãos dos melhores. O dia 1º. de novembro de 1934, quando foram nomeados os membros das corporações legislativas foi uma decepção lamentável. Mais da metade dos nomeados eram funcionários do Estado, instrumentos arbitrários de governo. Na escolha dos novos legisladores, não foi a competência o fator decisivo, mas apenas a proteção; aquele velho mal austríaco, hereditário, que só permite que filhos, genros e sobrinhos de pessoas influentes alcancem cargos e dignidade. (Wiesinger, 1938, p. 116).

A crítica, como se vê, é direcionada mais ao *modus operandi* do sistema do que à própria concepção de Estado autoritário instaurado por Dollfuss e continuado por Schuschnigg. Carpeaux explica que essa prática teve resultados nefastos no âmbito da política cultural, pois a rica herança intelectual da Áustria foi completamente negligenciada pelos formuladores da política no *Ständestaat*. “As instituições culturais do Estado ignoraram deliberadamente os valores culturais e só levaram em conta os gostos dos subdesenvolvidos”, escreve ele. (Wiesinger, 1938, p. 118). Carpeaux explica ainda que as honrarias culturais oficiais, como as premiações, eram concedidos “apenas aos nacional-socialistas”. (Wiesinger, 1938, p. 118). Nem por isso, a análise geral de Carpeaux deixa de ser favorável ao *Ständestaat*:

Todos esses erros e deficiências não podem fazer-nos perder de vista o fato de que esta constituição austríaca foi a única entre os Estados europeus que se encarregou de combinar autoridade e liberdade: esse foi o extraordinário valor desse Estado. Podemos criticar esse Estado, e muitas críticas foram feitas. Mas só quando ele deixou de existir é que as pessoas souberam o que haviam perdido. (Wiesinger, 1938, p. 130-131).

Não é possível concordar com esta afirmação de Carpeaux. Afinal, o *Ständestaat* de Dollfuss/Schuschnigg está longe de ter sido um sistema democrático de governo.

Embora não haja uma interpretação unânime sobre a natureza do *Ständestaat* de Dollfuss-Schuchnigg, que governaram a Áustria entre os anos de 1933 e 1938, não há dúvida quanto a algumas de suas características ou bandeiras de luta, como o autoritarismo, o antimarxismo e o antibolchevismo, o catolicismo político, o antiliberalismo e o conservadorismo.

3. Metodologia

Ainda não há, entre os historiadores do período, uma interpretação unânime sobre a natureza do estado corporativo de Dollfuss-Schuchnigg, que governou a Áustria entre os anos de 1933 e 1938.

No entanto, não há dúvida quanto a algumas de suas características ou bandeiras de luta, como o autoritarismo, o antimarxismo e o antibolchevismo, o catolicismo político, o antiliberalismo e o conservadorismo. A conjunção de tais elementos, materializados na Constituição de maio de 1934, culminou na construção de um estado autoritário e centralizador, estruturado na ideia de Corporações, assim como na destruição do movimento operário e da social-democracia, e que conduziu a Áustria a uma progressiva destruição da democracia parlamentar.

Inerente a esta discussão está a questão, levantada por inúmeros historiadores, de que até que ponto este estado corporativo poderia ser considerado fascista e, também, se podemos ou não utilizar o termo “austrofascismo” para caracterizar aqueles anos difíceis e que antecederam a anexação do país pela Alemanha de Hitler. Para o historiador Gerhard Jagschitz, quase todos os estudiosos do período são da opinião de que “não havia fundamentos suficientes para a existência de um sistema fascista genuíno na Áustria”. (Jagschitz, 1983, p. 498). Ou será que o caso austríaco seria uma variante muito particular de fascismo internacional? Há quem prefira, como Ernst Nolte, classificar o sistema austríaco como um misto de “catolicismo autoritário com o fascismo da *Heimwehr*”. (Jagschitz, 1983, p. 498).

Para o historiador Reinhard Kühnl, citado por Jagschitz, havia sim elementos fascistas na Áustria entre 1933 e 1938, mas eram menos visíveis do que no fascismo italiano, “razão pela qual se poderia falar de uma forma mista de ditadura conservadora e fascista”. (Jagschitz, 1983, p. 499). Outros termos tem sido utilizados para classificar o que ocorreu no *Ständestaat*, como “ditadura semifascista”, “semifascismo” ou simplesmente “estado autoritário”. Cabe observar também que o *Ständestaat* nunca conseguiu se transformar num movimento de massas ou angariar o apoio da classe trabalhadora, como o que ocorreu no fascismo italiano ou no nacional-socialismo alemão, ficando restrito aos grandes empresários, ao setor agrícola e pequena e média burguesia. (Jagschitz, 1983, p. 499).

Para Emmerich Tálos, no plano ideológico há muitas semelhanças entre o *Ständestaat* e os fascismos dos países vizinhos. “Ideias autoritárias, elitistas e antidemocráticas eram componentes tradicionais da ideologia austrofascista”, escreve Tálos. (2002, p. 18).

A proibição de greves e lockouts estava de acordo com essa ideologia, assim como a eliminação daqueles fatores que eram portadores ativos da luta de classes (o movimento operário) e daquelas instituições (como o parlamento ou conselhos de trabalhadores) que permitiam realizar lutas institucionalmente. O objetivo final da harmonia social e política era a fusão organizacional de empresas e trabalhadores/empregados nas chamadas ‘profissões’. (Tálos. 2002, p. 18).

Outra distinção que precisa ser feita diz respeito à concentração de poder nas mãos do governante. “Nem Dollfuss nem Schuschnigg tinham o mesmo nível de poder que Hitler ou Mussolini”, escreve Jagschitz, já que o *Ständestaat* era muito mais um governo de coalizão entre grupos que, na maior parte do tempo, eram conflitantes entre si. (Jagschitz, 1983, p. 500).

Promulgada em 01 de maio de 1934, a Constituição do estado corporativo austríaco representou uma ruptura radical com a democracia parlamentar, que vigorava desde 1920. Sua proposta era organizar a sociedade em estamentos, ou seja, organizações que reuniam setores profissionais e que foram incumbidas de tomar decisões políticas no interior do governo. Era uma espécie de autogestão em que setores como agricultura e silvicultura, indústria e mineração, comércio e transporte, finanças, crédito e seguros, profissionais liberais e, por fim, serviço público, escolhiam e enviavam seus representantes para um Conselho Federal. Para o historiador Gerhard Jagschitz, a finalidade principal desta estrutura corporativa era superar os antagonismos de classe e reduzir os conflitos sociais, objetivo este que jamais foi alcançado. A constituição estabelecia que esses representantes não eram eleitos, mas nomeados pelo Presidente a partir de indicações encaminhadas pelos diversos setores da sociedade. (Tálos, 2002, p. 19).

Este estado corporativo implantado por Dollfuss estava fortemente centrado no aparato administrativo, ou seja, na atuação e influência dos funcionários públicos. É interessante notar que, com a escalada da crise política após o assassinato de Dollfuss, os servidores públicos foram se tornando opositores do sistema e, cada vez mais, simpatizantes do nacional-socialismo. Não espanta que, às vésperas do Anschluss, em 1938, o aparato policial não mais funcionasse e as próprias autoridades de segurança perderam progressivamente sua operacionalidade. Medidas visando dissolver associações militares voluntárias, milícias e, em especial, retirar o poder das Heimwehr, foram tomadas, mas parece que já era tarde demais. “Enquanto se concentravam junto ao Estado todos os elementos leais ao governo, a quinta coluna já havia minado as posições que acabavam de ser laboriosamente construídas”, escreve Jagschitz. (Jagschitz, 1983, p. 507).

Tálos não hesita em afirmar que os governos Dollfuss/Schuschnigg extraíram do fascismo italiano a inspiração para organizar a sociedade sob a forma de estamentos ou corporações profissionais. Os exemplos vão “desde a estrutura profissional baseada na Itália” ao poder excessivamente concentrado nas mãos da Vaterlandische Front, o que enfraquecia os partidos tradicionais, e que também ocorria na Itália e na Alemanha. As formas de mobilização de massas, com marchas e celebrações, e o estímulo à criação de associações militares e juvenis também seguiam os modelos fascistas de organização. (Tálos, 2002, p. 21).

Lentamente, os nacional-socialistas foram se infiltrando em todos os setores do Estado e no interior das organizações corporativas que o compunham, para continuar agindo de forma clandestina e ilegal, preparando assim o ambiente para a anexação.

Mas o sistema autoritário de poder ia além, interferindo na própria política escolar.

Liderança, heroísmo, defensividade e disposição para fazer sacrifícios foram enfatizados como valores nos livros didáticos. Comemorações, apelos, desfiles e declarações de lealdade eram realizadas de acordo com os modelos italiano e alemão. Os eventos escolares eram dominados por uniformes, insígnias, formas militares de comando e adoração ao líder. (Tálos, 2002, p. 22).

O regime autoritário que se estabeleceu a partir de 1933 contou essencialmente com o apoio das forças sociais-cristãs e seu compromisso era estabelecer um “estado federal alemão cristão sob uma base corporativa”. (Schima, 2017, p. 39). Para Stefen Schima, o governo Dollfuss tinha objetivos marcadamente religiosos e transformou em alvo todos aqueles que não tinham filiação religiosa. Nesse sentido, havia um fomento ao antissemitismo, o que encorajava jornais como o Reichspost a continuar com suas posições antisemitas.

Talvez tenha contribuído também para o destino trágico da Áustria em 1938 a incapacidade de Dollfuss de envolver os trabalhadores no seu projeto de Estado corporativo. Iniciativas

nesse sentido não faltaram, como a incisiva política cultural direcionada especialmente aos meios audiovisuais, como o cinema e o rádio, além da literatura e da imprensa.

Dollfuss, aliás, não via com bons olhos qualquer atitude de oposição de esquerda ou, até mesmo, liberal. Quando, a partir de 1933, artistas e intelectuais começaram, progressivamente, a deixar a Alemanha e a se refugiar na Áustria, logo perceberam que o país vivia um processo de eliminação de toda e qualquer oposição política. O ambiente cultural da Áustria tornava-se cada vez mais conservador e intolerante, como demonstram o assassinato do professor de filosofia Moritz Schlick, ocorrido em junho de 1936, ou os ataques a Sigmund Freud. A Vaterländische Front exercia um verdadeiro controle no serviço público e praticava abertamente uma política de terror sobre a opinião, que podia ser uma advertência escrita ou até mesmo a demissão do emprego.

Para o historiador Kurt Bauer, o ideário do *Ständestaat* baseava-se “em ideias corporativas antigas e retrógradas que há muito circulavam no Partido Social Cristão, rural e pequeno-burguês. Dollfuss baseou seu programa político principalmente na encíclica social papal *Quadragesimo Anno*. Para satisfazer seu patrono e aliado mais próximo, Mussolini, e para aliviar o vento das velas dos nacional-socialistas, toda a construção ideológica assumiu um tom fascista”. (Bauer, 2017, p. 368). Bauer explica ainda que eram visíveis no *Ständestaat* as influências do corporativismo fascista italiano e da teoria universalista de Otmar Spann. (Bauer, 2017, p. 368).

A combinação de tais elementos, materializados na Constituição de maio de 1934, culminou na construção de um estado autoritário e centralizador, estruturado na ideia de Corporações, assim como na destruição do movimento operário e da social-democracia, e que conduziu a Áustria a uma progressiva destruição da democracia parlamentar.

No período 1934-1938, os governos Dollfuss/Schuschnigg empenharam-se em estabelecer uma política cultural a fim de mobilizar a opinião pública para as diretrizes ideológicas da chamada “nova Áustria”. E o primeiro passo nessa direção foi o monitoramento da imprensa, considerada pelo governo como essencial para o sucesso da propaganda política governamental, mais até do que o cinema e o rádio. Em julho de 1936, foi criada a Câmara de Imprensa Austríaca, cuja finalidade era o controle político de jornalistas e editores de jornais.

4. Resultados e discussão

Dollfuss não era um homem culto. Tinha apenas um conhecimento profundo da sua profissão, a política agrícola, e o desenvolvimento superior que lhe faltava foi substituído nele por um instinto político infalível, uma energia de aço, e uma mente extraordinária para lidar com pessoas. (Wiesinger, 1938, p. 109).

Apesar do realismo da descrição, o perfil que Carpeaux constrói de Dollfuss é de profunda admiração por aquele que fundaria um “novo Estado” na Áustria. “Uma tarefa extremamente difícil foi colocada sobre os ombros daquele homem”, escreve Carpeaux. (Wiesinger, 1938, p. 109). Para o chanceler, a Áustria deveria permanecer austríaca e católica e, nisso, ambos estavam de acordo. Mas não apenas nisso.

Para ele, o bem maior da pátria andava de mãos dadas com o bem maior da Igreja. Ninguém mais estava disposto a assumir essa responsabilidade. É por isso que ele teve que fazer o que fez. Os caminhos da política nem sempre são os caminhos de Deus. Engelbert Dollfuss sabia disso e não se esquivava da malandragem e da violência quando tinha que se defender da malandragem e da violência do inimigo. Mas nem o truque nem a violência eram um fim em si para ele. (Wiesinger, 1938, p. 69).

Para Carpeaux, a força das circunstâncias determinou o curso de suas ações, até mesmo quando Dollfuss atacou e estrangulou a social-democracia, ou quando fechou um acordo com a Santa Sé, ou ainda quando confiou em Mussolini. Com relação ao nacional-socialismo, Carpeaux expressa claramente sua posição, ao afirmar que Dollfuss “precisava de um aliado, e esse aliado foi-lhe claramente indicado pela opinião pública católica na Áustria: o nacional-socialismo”. (Wiesinger, 1938, p. 69).

Este é talvez o ponto mais polêmico deste livro, pois a busca do nacionalsocialismo como aliado selou o destino da Áustria. Sentimos falta, aqui, de uma posição mais incisiva de Carpeaux, mas ele diz apenas que Dollfuss agiu como um soldado cristão. “Ele lutou por essa pátria e morreu por essa pátria”, escreve. (Wiesinger, 1938, p. 68).

Um aspecto que não pode ser desconsiderado é que, muito embora tenha procurado uma aliança por conveniência com o nacional-socialismo, Dollfuss jamais pensou em submeter-se a Hitler. Mas, como escreve Kurt Bauer, “reconhecer isto não retira a culpa que o ‘fascista’, no sentido estrito ou mais amplo, teve em 1933/34, com a violação da Constituição e sua atitude intransigente” para com aqueles que defendiam a social-democracia. (Bauer, 2017, p. 369).

Mesmo quando o *Ständestaat* se tornou, claramente, um governo autoritário, ou quando desmontou a estrutura social e a política cultural criada nos tempos da Viena Vermelha, ou quando aparelhou seu governo com indivíduos inextricáveis e traidores, ainda assim Carpeaux considera que “aquele homem pequeno, magro e de voz aguda era um exemplo de extraordinária coragem pessoal”. (Wiesinger, 1938, p. 68).

O diagnóstico positivo feito por Carpeaux da figura de Dollfuss pode ser explicado também pela proximidade entre os dois, também no plano pessoal. A certa altura de *Van Habsburg tot Hitler*, Carpeaux relata o encontro que tivera com o chanceler:

Na tarde de 21 de julho, o autor deste livro visitou o chanceler Dollfuss na chancelaria e encontrou-o extremamente nervoso ao saber que Rintelen² poderia abrir uma barreira entre a Áustria e a Itália. O chanceler não tinha mais suspeitas do que eu dos preparativos feitos pelos nacional-socialistas para a insurreição. (Wiesinger, 1938, p. 93).

Sabemos da proximidade ideológica entre Carpeaux e Dollfuss a partir do seu envolvimento em órgãos de imprensa que faziam parte do sistema político-midiático que dava sustentação ao *Ständestaat* junto à opinião pública. Agora sabemos que havia também uma relação pessoal entre os dois.

Em outro trecho, Carpeaux relata ter recebido, certo dia, a visita, em seu gabinete, de Josef Miklas, filho de Wilhem Miklas (1872-1956), ex-presidente da Áustria, de 1928 até a sua anexação pela Alemanha, em 1938, para conversar sobre a crise. Carpeaux tinha, portanto, contatos estreitos com as principais figuras públicas do *Ständestaat*. A passagem a seguir resume sua visão pessoal do chanceler Dollfuss.

Tal como o pequeno David no Antigo Testamento, ele enfrentou destemidamente o Golias do Socialismo e não menos destemidamente o Golias do Nacionalsocialismo, e derrotou a ambos. Dollfuss só poderia ter lutado contra a violência, e a demonstração brutal de poder necessária para isso foi feita com dor e dificuldade. Por que Engelbert Dollfuss era católico. Não era um fanático, nem o seguidor de uma moda espiritual. (Wiesinger, 1938, p. 68).

Ora, a social-democracia foi de fato derrotada e suas conquistas foram destruídas. Mas o mesmo não se pode dizer do nacionalsocialismo, que sorrateira e paulatinamente foi abrindo as fronteiras do país para Hitler, cujo desfecho foi a anexação em março de 1938. Por outras palavras, Carpeaux permaneceu ligado às forças políticas conservadoras que elegeram, equivocadamente, os social-democratas como seu principal inimigo.

Assim, é no contexto do conservadorismo e do catolicismo austríaco que deve ser pensada a trajetória de Carpeaux nesses anos europeus. Na Áustria do entre-guerras, o principal conflito ideológico estava na clássica oposição esquerda-direita, cujo pano de fundo era a recente Revolução Russa, ocorrida em 1917.

Neste debate, Carpeaux está posicionado no complexo simbólico que Janek Wasserman denomina de “Black Vienna”. De acordo com o historiador, este conjunto de forças po-

² Anton Rintelen (1876-1946), jurista e político, foi embaixador austríaco na Itália. Participou, em julho de 1934, do fracassado golpe nazista que resultou no assassinato do chanceler Engelbert Dollfuss.

líticas orbitava em torno de alguns eixos, como “o antissemitismo radical, o nacionalismo alemão, o autoritarismo *völkisch*, o pensamento anti-iluminista (e antimodernista) e o corporativismo. (Wasserman, 2014, p. 6). Essas ideias conservadoras se aglutinam em torno do Partido Social-Cristão e dos nacionalistas, que vão gradativamente defendendo o pan-germanismo.

De um modo geral, o campo cultural conservador encontra um denominador comum, ou uma síntese, na oposição à Viena Vermelha e à Primeira República. Assim, a estratégia era “derrotar a social-democracia, substituir a Áustria democrática e capitalista, excluir judeus e estrangeiros e restaurar a grandeza alemã e austríaca”, escreve Wasserman (2014, p. 8). Ora, em meados da década de 1930, o ambiente político austríaco tornou-se explosivo, deixando pouca margem a posicionamentos moderados. Carpeaux estava, assim, situado no campo ideológico social-conservador cristão, em oposição tanto à social-democracia quanto ao pan-germanismo. Ao se referir a esta virada conservadora da política e da cultura austríacas na década de 1930, Wasserman explica que esta nova direita austríaca do entre guerras figurou com destaque numa cidade e num país divididos nos âmbitos político, social e cultural. (Wasserman, 2014, p. 10).

Ao mesmo tempo, instalou-se uma verdadeira guerra cultural, envolvendo as universidades, associações acadêmicas e órgãos de imprensa, e Carpeaux participou ativamente desse debate. Podemos inclusive afirmar que sua trajetória de jornalista e ensaísta na Europa é inseparável desta guerra cultural da década de 1930.

4.1. O enfraquecimento da democracia parlamentar

A década de 1920 na Áustria foi marcada por dois fenômenos: a polarização da política, que entrou em novo tom, para usar a expressão de Carl Schorske (1989), dividida entre o Partido Social Democrata, de Otto Bauer, e o Partido Social Cristão, de Ignaz Seipel.

Carpeaux relata que ambos os partidos tinham suas tendências à esquerda e à direita: de um lado, estavam membros dos Sindicatos que, no plano ideológico, jamais colocaram a luta de classes como prioridade nas suas reivindicações. A ala à esquerda, por sua vez, “nada mais era do que o Partido Comunista, que nunca existiu na Áustria e que considerava a democracia apenas um trampolim para estabelecer a ditadura do proletariado”. (Wiesinger, 1938, p.38).

Em sua luta, essa ala à esquerda do Partido criou uma formação paramilitar armada, o *Schutzbund*. Seu líder, o deputado Julius Deutsch, chegou a pressionar a classe política com uma ação da *Schutzbund* durante os debates no Parlamento. “Isso ainda era democracia?”, pergunta Carpeaux. (Wiesinger, 1938, p.38).

Apesar das críticas ao Partido Social Democrata, Carpeaux nem por isso endossa a ação do Partido Social Cristão. Formado em sua maioria por agricultores e cidadãos de classe média, também aqui havia “uma ala esquerda de democratas sinceros, que lutavam por uma cooperação sensata sob a liderança de Leopold Kunschak, que representava os trabalhadores”. (Wiesinger, 1938, p.39).

Carpeaux explica que os dois partidos acabaram fazendo concessões internas: enquanto o Partido social-cristão tolerava abusos e corrupção em suas fileiras, também a social-democracia acabou deixando a ala à esquerda (os comunistas, diga-se) ganhar espaço. A balança política começou a pender para o lado do Partido Social-cristão quando este firmou um acordo com os pan-germanistas, sem levar em conta o viés anti-austríaco e anti-religioso destes.

A batalha entre Seipel e Bauer dividiu os austríacos, num momento em que a cidade de Viena, que possuía autonomia econômica e administrativa, realizar seu amplo programa de habitação social, com a construção de grandes complexos habitacionais, como o Karl Marx Hof, equipados com áreas de lazer, parques infantis, teatro e biblioteca. Carpeaux é muito objetivo em sua descrição deste programa:

As trabalhadoras vienenses, que até então eram tratadas como madrastas, foram subitamente autorizadas a desfrutar do ar, da luz e do sol. Mas tudo isso teve de ser pago pelos cidadãos de Viena, que durante a grave crise econômica tiveram de financiar um dos maiores projetos de reforma social dos tempos modernos. (Wiesinger, 1938, p.43).

Mesmo criticando as forças políticas de esquerda, Carpeaux reconhece os feitos da social-democracia. O conhecido episódio do incêndio do Palácio de Justiça, ocorrido em 15 de julho de 1927, é visto por Carpeaux como um ponto sem retorno e um fracasso das forças de esquerda. No dia anterior, um confronto entre manifestantes resultou na morte de dois membros da Schutzbund, a milícia dos social-democratas. Os acusados foram absolvidos e isto gerou uma extraordinária manifestação dos trabalhadores vienenses no dia seguinte:

Na manhã seguinte os trabalhadores deixaram as fábricas e marcharam em massa pela *Ringstrasse*. A polícia avançou contra eles e tiros foram disparados. A multidão correu para o Palácio da Justiça e ateou fogo ao grande edifício, que foi totalmente destruído. A revolução havia começado. Mas Otto Bauer, o ditador fracassado, não teve coragem de continuar a Revolução. (Wiesinger, 1938, p.45).

Carpeaux explica que o principal efeito desta revolução fracassada foi o desencanto geral das massas. “Foi por isso que a vontade de resistir enfraqueceu tão rapidamente entre as

massas”, escreve ele. (Wiesinger, 1938, p.46). É interessante comparar essas impressões com o relato de Elias Canetti do mesmo episódio.

Os trabalhadores marcharam em formação cerrada, de todos os distritos de Viena, para o Palácio da Justiça, cujo mero nome para eles representava a injustiça. Foi uma reação totalmente espontânea; senti em mim próprio essa espontaneidade. Apressei-me em ir à cidade, em minha bicicleta, e me juntei a um dos cortejos. O operariado, que costumava ser disciplinado, que tinha confiança em seus líderes social-democratas, e convencido de que a municipalidade de Viena era por eles administrada de forma exemplar, nesse dia agiu sem seus líderes. Quando os trabalhadores quiseram atear fogo ao Palácio da Justiça, o prefeito Seitz, no alto de um carro de bombeiros, com a mão direita erguida, tentou impedir. Seu gesto foi inútil: o Palácio da Justiça *ardeu em chamas*. A polícia recebeu ordem de atirar. Houve noventa mortos. (Canetti, 2010, p. 245).

A semelhança das descrições de Carpeaux e Canetti comprova não apenas que ambos testemunharam os acontecimentos daquele dia, mas atestam a importância do evento para os acontecimentos futuros da Áustria. “Foi o mais próximo de uma revolução que experimentei pessoalmente. Desde então, sei perfeitamente, sem precisar ter lido uma linha a respeito, como ocorreu o assalto à Bastilha”, escreve Canetti mais adiante. (Canetti, 2010, p. 245). Para ambos, estava em curso uma revolução: espontânea, popular e imprevisível.

Do lado do Partido Social Cristão houve o fortalecimento da *Heimwehr* como milícia armada, devidamente equipada com armas pelos industriais. Diante dos acontecimentos, Seipel se encarregou de usar a força da Heimwehr como instrumento de seu poder. A ideologia que motivaria as ações foi fornecida, segundo Carpeaux, “pelos alunos do professor vienense Othmar Spann, um católico que interpretava a teoria social de forma romântica e reacionária”. (Wiesinger, 1938, p.47). E assim, a luta política transferiu-se do Parlamento para as ruas de Viena, onde as milícias dos dois partidos exibiam sua demonstração de força.

Todos os sábados e domingos, marchas desafiadoras da *Heimwehr* eram realizadas em todas as cidades da República, que eram respondidas por contra-marchas da *Schutzbund*. A batalha política já não acontecia no Parlamento, mas nas ruas. A democracia não funcionava mais. (Wiesinger, 1938, p.48-49).

Muito tenho me perguntado se Carpeaux, ao apoiar um governo autoritário, como era o *Ständestaat*, o fez por não ser um democrata. Ora, nesse ponto de seu relato, fica evidente sua preocupação com a destruição da democracia que estava em curso naquele país. “Como a democracia poderia ser salva?”, pergunta ele mais adiante. (Wiesinger, 1938, p.49). Creio não ser um exagero afirmar que Carpeaux apoiou o *Ständestaat* por considerar

que esta era a melhor opção naquele momento, com as ameaças crescentes do nacional-socialismo e do antissemitismo.

Em seguida ao episódio do Palácio da Justiça, Seipel propôs uma reforma constitucional que concentrava os poderes no governo central, limitando assim a autonomia de cidades como Viena, dirigida pelos social-democratas. Havia, no entanto, um forte movimento para destruir a democracia austríaca e acabar de vez com a Viena Vermelha, “que era o demônio em carne e osso para o líder do fascismo, Mussolini”. (Wiesinger, 1938, p.51).

Para isso, era preciso quebrar o poder dos social-democratas e isso só poderia ser feito com mudanças na Constituição. Instalou-se, assim, um clima de guerra civil em Viena, com *Heimwehr* e *Schutzbund* se digladiando continuamente. A situação parlamentar se agravava cada vez mais, com o desemprego atingindo índices alarmantes. Em 20 de maio de 1932 Engelbert Dollfuss se tornou chanceler, justamente num momento em que o país assiste a ascensão de uma nova força política: o Partido nacional-socialista.

Nascido dos batalhões dissolvidos da *Heimwehr*, este partido acabaria recebendo o apoio do Partido social-cristão. Esta união, nascida como uma frente única antimarxista iria desembocar, anos mais tarde, no avanço do Nacionalsocialismo sobre a Áustria.

Carpeaux se detém sobre esta aproximação, o que nos interessa, pois a avaliação é feita, como sabemos, por um católico convicto. Vejamos a análise de Carpeaux:

O Partido Social Cristão em Viena não podia de modo algum opor-se a uma fusão com os Nacionalsocialistas, por que o jovem partido era carne da sua carne e sangue do seu sangue. Não foi sem razão que Adolf Hitler expressou sua admiração ilimitada por Karl Lueger nas primeiras páginas do *Mein Kampf*. O Partido Social Cristão de Karl Lueger era um partido da pequena classe média, que foi levada ao desespero pela grande crise econômica, pela competição judaica, pelos grandes bancos capitalistas e os grandes armazéns e pelas exigências cada vez maiores dos trabalhadores socialistas. O partido era, portanto, radicalmente antissemita, radicalmente anticapitalista e radicalmente antimarxista; suas massas eram impulsionadas por uma paixão feroz e acreditavam, não num programa, mas num líder. (Wiesinger, 1938, p.57).

Coube a Lueger, por sua vez, aproximar o partido da Igreja Católica e isso explica o antissemitismo no interior da hierarquia católica na Áustria. Ocorre que Dollfuss também era católico e o seu *Ständestaat* professava o catolicismo. Todo o grupo político ao qual Carpeaux esteve ligado, assim como os veículos que compunham o sistema político-midiático do governo Dollfuss-Schuschnigg, estava visceralmente ligado ao catolicismo, mas permaneceu distante tanto do antissemitismo quanto da anexação da Áustria pela Alemanha.

Carpeaux explica que, aos poucos, os eleitores do Partido Social Cristão foram aderindo ao Partido Nacional-Socialista, que passou a se apresentar como o legítimo representante do antissemitismo e do antimarxismo. Desde então, o curso autoritário da política austríaca tornou-se inevitável, e temos que ter isso em mente quando criticamos o apoio de Carpeaux a Dollfuss e ao *Ständestaat*.

4.2. O caminho para o autoritarismo

Os acontecimentos de fevereiro de 1934 apressaram a derrocada da democracia na Áustria. Na manhã do dia 12, uma greve geral dos trabalhadores das companhias elétricas paralisou a cidade. “A guerra civil havia começado”, escreve Carpeaux. (Wiesinger, 1938, p. 83). Em Linz e em Viena, ações desafiadoras da Heimwehr – como a ocupação da sede do Partido Social Democrata em Linz e a invasão da Prefeitura na capital para forçar a renúncia do prefeito Seitz³ – provocaram a mobilização da Schutzbund. Combates sangrentos se espalharam pela cidade, relata Carpeaux, que fez uma descrição impactante deste momento:

Os gigantescos edifícios residenciais de Viena, que pareciam fortalezas, tinham sido o orgulho da política social-democrata. Agora, a Schutzbund republicana reunia-se nestas fortalezas para se defender com rifles e metralhadoras. Os planos cuidadosamente elaborados pelo General Körner, da Schutzbund, para lutar nas ruas, permaneceram não executados. Ninguém pensou em um ataque. Houve também falta de unidade na liderança. Bauer e Deutsch fugiram à noite através da fronteira com a Tchecoslováquia. Os trabalhadores vienenses nada puderam fazer senão defender obstinadamente as suas fortalezas até que o último homem caísse. Eles fizeram isso; e fizeram isso com tanto heroísmo que o adversário também os admirou. (Wiesinger, 1938, p. 84-85).

A descrição feita por Carpeaux deste conflito civil deixa entrever sua admiração pelos trabalhadores vienenses, assim como pelas conquistas da Viena Vermelha, sobretudo a ampla política habitacional de Viena naquele período. Aliás, desde o século 19, com o crescimento populacional, e em especial após a Primeira Guerra, Viena se transformara na capital de um ex-império, agora empobrecido e pequeno.

Problemas sociais, como desemprego, inflação, fome e proliferação de doenças (como a tuberculose, que chegou a ser chamada de “doença vienense”) devastavam a cidade. Ao lado disso, havia a questão habitacional, que era igualmente grave, pois Viena tinha mais

³ Karl Josef Seitz (1869-1950). Político austríaco e primeiro chefe de Estado da República da Áustria

de 10 mil pessoas sem ter onde morar. Muitos recorriam ao aluguel de camas para dormir algumas horas. (Krätke, 2021, p. 144).

A social-democracia austríaca, que governou Viena entre 1919 e 1934, tomou para si o desafio de implementar uma política habitacional consistente, retirando assim os trabalhadores dos cortiços apertados e sempre lotados em que moravam. De acordo com Krätke, num intervalo de doze anos, entre 1922 e 1934, quando a experiência bem-sucedida da Viena Vermelha foi interrompida pela guerra civil, foram construídas em Viena cerca de 65 mil moradias. (Krätke, 2021, p. 146). Testemunha e sobrevivente desses anos difíceis, Carpeaux descreve em detalhes a resistência dos trabalhadores em Viena e em outras regiões do país.

O Karl Marx-Hof, o Goethe-Hof, o Schlinger-Hof e o Sandeleiten foram bombardeados com artilharia pesada durante três dias até se renderem. Durante três dias a artilharia trovejou nas ruas de Viena, enquanto os cidadãos se amontoavam nas suas casas, tremendo. Também na Estíria, o secretário dos trabalhadores Kolemán Wallish, um antigo comunista húngaro, fugiu para as florestas. Na cidade de Steyr, na Alta Áustria, o subúrbio operário de Ennsleiten foi completamente destruído; montanhas de mortos, que incluíam mulheres e crianças, jaziam nas casas. Somente em 15 de fevereiro a bandeira branca foi hasteada no Karl Marx-Hof, em Viena. (Wiesinger, 1938, p.85).

A comovente descrição dá a dimensão dos acontecimentos, cujas consequências foram terríveis para o Partido Social Democrata, que foi dissolvido juntamente com os sindicatos a ele filiados, e todos os seus bens confiscados. Ao mesmo tempo, relembra Carpeaux, “os numerosos prisioneiros foram submetidos a penas de prisão severas, e muitas fitas honorárias foram concedidas à polícia e aos combatentes da Heimwehr”. (Wiesinger, 1938, p.86).

Mas para Carpeaux os dois lados estavam errados; e a citação de Nestroy, citado por ele, expressa bem sua posição: “Um fica trancado no centro correcional por dez anos e o outro ganha uma medalha; e na verdade eles simplesmente fizeram a mesma coisa”. (Wiesinger, 1938, p.86).

Carpeaux considera que a maior vítima deste conflito, que dividiu o povo austríaco, foi o sistema democrático, já fragilizado pela crise econômica e pela ameaça externa. Eis sua conclusão, que fecha o capítulo intitulado “Sangue e lágrimas”:

Os agressores de 12 de fevereiro de 1934 salvaram o Estado austríaco com mãos ensanguentadas. Os trabalhadores defenderam não só os seus direitos sociais, mas também a democracia, que os cidadãos abandonaram e, juntamente com ela, o direito à personalidade e à dignidade humana. (Wiesinger, 1938, p.87).

É evidente aqui o seu lamento pela decroçada da democracia e pelo desmoronamento da República, que “emergiu do sangue e das lágrimas da guerra mundial e ruiu no sangue e nas lágrimas da guerra civil”. (Wiesinger, 1938, p.87).

Entre os dias 07 e 11 de setembro de 1933 ocorreu em Viena o *Allgemeine Deutsche Katholikentag*, para comemorar o 500º aniversário da Catedral de Santo Estêvão, a principal do país. O evento, ao mesmo tempo religioso e político, foi importante para o futuro da Áustria, pois ofereceu ao chanceler Engelbert Dollfuss a oportunidade para delinear e tornar público seus planos políticos para o país. Em seu discurso em 11 de setembro, na Trabrennplatz de Viena, ele pediu apoio ao seu projeto de poder, que daria ao país uma feição social, cristã e alemã, tudo a partir de uma base social corporativa e sob liderança de um governo forte e autônomo. (Klamper, 2014, p. 349).

Mas foi a partir de 1934 que a Áustria iniciou sua virada autoritária: primeiro, com o governo austrofascista Ständestaat (1934-38) e, a partir do Anschluss, com o regime nazista (Wasserman, 2014, p. 2). A partir de fevereiro de 1934, houve repressão tanto ao movimento dos trabalhadores e dos sindicatos como também as organizações social-democratas do país foram progressivamente sendo excluídas da esfera pública vienense. De acordo com E. Klamper, “a partir desse momento, a Áustria tornou-se um estado federal cristão alemão”. (Klamper, 2014, p. 350).

Em primeiro de maio daquele ano, Dollfuss proclamou uma nova constituição, cujos princípios determinantes eram o antimarxismo, o antibolchevismo e o anti-liberalismo, além do rompimento com os princípios da ordem democrático-parlamentar. Na base desses princípios estavam os valores do catolicismo político.

A estrutura do poder político do austrofascismo baseava-se em decisões, portarias e nomeações determinadas diretamente pelo chanceler, de acordo com os princípios do “Führer”. Essa posição autoritária do governo austríaco se refletiu também na criação, em 20 de maio de 1933, da Vaterländische Front, que nasceu para ser um movimento de união de todos os austríacos pró-governo, e que almejava substituir a atuação dos partidos políticos. De acordo com Klamper, embora o austrofascismo também tentasse eliminar opositores políticos usando o aparato de violência do estado, ele não estabeleceu um sistema assassino de terror e opressão comparável ao do nacional-socialismo, nem instrumentalizou todas as esferas da vida privada e pública para seus objetivos políticos. (Klamper, 2014, p. 351).

Nesse contexto, guio-me por fontes teóricas encontradas durante minha pesquisa de campo em Viena, que orientam a interpretação dos ensaios europeus de Otto Maria Carpeaux na linha do seu jornalismo político, tendo em vista a relação entre *Der Christliche Ständestaat* e *Berichte zur Kultur und Zeitgeschichte* e o austrofascismo, já que o catolicis-

mo político era a roupagem ideológica desse sistema, vigente durante o governo Dollfuss/Schuschnigg. Deste modo, é possível identificar uma ligação entre esses dois veículos de imprensa para os quais Carpeaux escreveu naquele período, já que todos faziam parte de um sistema político-midiático sustentado pelo governo Dollfuss/Schuschnigg.

Nesse sentido, a obra jornalística de Carpeaux na Europa está vinculada a este sistema. Assim, mais e mais o termo “austrofascismo” se consolida em minha pesquisa como o conceito ‘guarda-chuva’ sob o qual devem ser entendidas as opções ideológicas e os posicionamentos políticos assumidos por Carpeaux na Áustria. Ora, Carpeaux foi um jornalista a serviço desse sistema e dos governos Dollfuss e Schuschnigg. Escrevia para veículos de imprensa financiados por aqueles governos, que eram contra o nazismo, mas conservadores e autoritários.

O sistema político midiático ao qual ele pertencia estava inserido no conjunto de forças conservadoras que se tornaram hegemônicas na Áustria a partir das eleições de abril de 1927, quando os social-democratas perderam a maioria no Parlamento. De acordo com Wasserman, a partir deste momento, “a política austríaca havia começado sua virada autoritária, que culminou em sucessivos regimes fascistas - o *Ständestaat* austrofascista entre 1934 e 1938 e, depois, o estado nazista”. (Wasserman, 2014, p. 2). A partir de então, a chamada Viena Vermelha passou a ser atacada e suas ações na cidade de Viena desconstruídas.

Se os anos de formação de Carpeaux (década de 1920) correspondem à experiência social-democrata em Viena, suas influências teóricas, religiosas e sua cosmovisão são conservadoras, católicas, enfim, de inclinação à direita. Contra o nazismo sempre, mas a partir de uma visão conservadora. Austrofascismo, *Ständestaat*, catolicismo político. Essas eram suas filiações ideológicas e essas ideias pautaram sua atuação na mídia austríaca na década de 1930. Esta síntese conclusiva sustenta, assim, não só as argumentações deste Relatório, mas a interpretação sistemática que estou fazendo da trajetória e da obra europeia de Otto Maria Carpeaux.

Conclusões

Não há dúvida de que estamos diante do testemunho de um sobrevivente, no caso, um jornalista e ideólogo que precisou fugir de seu país para escapar do campo de concentração e da morte. Aqui, trata-se da memória em torno da ascensão do nazismo, da anexação da Áustria pela Alemanha e a memória da perseguição aos judeus.

Chama atenção neste relato a ausência total de referências aos momentos que se seguiram à anexação, assim como nada é dito sobre os acontecimentos vividos por Carpeaux naqueles fatídicos 12 e 13 de março de 1938.

Carpeaux se refere ao destino trágico de algumas autoridades, como o chanceler Schuschnigg, o prefeito de Viena e outros próximos a ele. “Dos muitos milhares, provavelmente até dezenas de milhares, que suspiram nas prisões e campos de concentração, não falamos mais nada. As condições que prevalecem hoje em Viena também não têm lugar no contexto deste livro”, escreve Carpeaux. (Wiesinger, 1938, p. 182).

Nesse ponto, é a memória do trauma que se narra e, como tal, mostra-se incapaz de traduzir o vivido em palavras. Carpeaux não fala de si: nada diz sobre os riscos que sofreu ou sobre a necessidade de se esconder para não ser preso. Também não há uma palavra sobre sua fuga de Viena até Antuérpia.

O testemunho se caracteriza, segundo Seligmann-Silva, por ser “uma tentativa de reunir os fragmentos do ‘passado’ (que não passa), dando um nexo e um contexto aos mesmos”. (Seligmann-Silva, 2005, p. 87).

Mas o passado testemunhado neste livro é o passado histórico, que exclui a memória pessoal do sobrevivente Carpeaux, que não consegue transformar em palavras o vivido. Nesse sentido, o relato de Carpeaux insere-se no conjunto de obras testemunhais escritas por autores que sobreviveram e/ou evocam as catástrofes do século XX.

O testemunho de Carpeaux em *Van Habsburg tot Hitler* tem, sobretudo, um compromisso com o real, com a história, e aqui não podemos considerar que seja tão somente um “arquivamento do passado” (Seligmann-Silva, 2005, p. 92), mas um exemplo dessa atitude própria do gênero testemunho que caracterizou o cânone da Shoah, como os relatos de Primo Levi, Paul Celan e Victor Klemperer.

Evidente que se trata de um testemunho autobiográfico ou histórico, não figurando, portanto, como literatura de testemunho, já que o comprometimento de Carpeaux é com os fatos, com a História, embora ele deixe claro, já no Prefácio, que em seu relato “existem certos limites à minha objetividade”. (Wiesinger, 1938, p. 08).

Penso que podemos estender a esse relato histórico o conceito de “trauma”, fundamental para compreender a literatura de testemunho. Não há aqui a transposição para o literário, mas o “real” presente nesse relato pode ser compreendido também a partir de uma experiência traumática, como a que Carpeaux viveu em seus últimos dias de Viena.

Jornalista militante e ideólogo, a fuga era a única saída e ele o fez de modo desesperado, deixando para trás sua mãe, que viria a morrer num campo de concentração, sua casa, sua biblioteca, sua língua materna. Como afirmou em 1949, Carpeaux fugiu de Viena só com “uma pequena mala de mão e sem um tostão”. Perdeu tudo: pátria, casa, móveis, cidadania... É nítido, portanto, o compromisso ético de Carpeaux neste relato, que reconhece os limites da objetividade, já que o autor é, como ele diz, “austríaco e católico e escreve este livro no exílio porque permaneceu fiel à sua pátria e à sua fé, e deseja permanecer fiel a ela”. (Wiesinger, 1938, p. 08).

Bibliografia

- Bauer, K.** (2017). *Engelbert Dollfuss – Biografische Anmerkungen zu einer umstrittenen Persönlichkeit*. In: Karner, S. (Ed.) *Die umkämpfte Republik. Österreich 1918-1938*. Innsbruck; Wien; Bosen: Studien Verlag.
- Beller, S.** (1987) *Class, culture and the Jews of Vienna, 1900*. In: Oxaal, I.; Pollak, M.; Botz, G. (Eds). *Jews, antisemitism and culture in Vienna*. London and New York, Routledge.
- Canetti, E.** (2010) *Uma luz em meu ouvido. História de uma vida (1921-1931)*. Trad. Kurt Jahn. São Paulo, Companhia das Letras.
- Durchkowitz, W.** (2014) *Umgang mit Schädlingen Auswüchsen*. In: Tálos, E.; Neugebauer, W. *Austrofaschismus. Politik – Ökonomie – Kultur 1933-1938*. Viena, Lit Verlag, p. 363-364.
- Friedländer, S.** (2012) *A Alemanha nazista e os judeus. Vol. 1: Os anos da perseguição, 1933-1939*. Trad. Fany Konet et al. São Paulo: Perspectiva.
- Hanak-Lettner, W.** (2015) *Ausschluss. Terror und Pogrome. Nachrichten, Protokolle und Erinnerungen 1918-1938*. In: Hanak-Lettner, W. *Die Universität. Eine Kampfzone*. Picus Verlag; Jüdisches Museum Wien.
- Harket, H.** (2010) *Rússia: os pogroms*. In: Eriksen, T. B. et al. *História do antissemitismo*. Trad. João Antonio C. de S. Araújo. Lisboa: Edições 70.
- Jagschitz, G.** (1983) *Der österreichische Ständestaat 1934-1938*. In: Weinzierl, E.; Skalník, K. (Eds.) *Österreich 1918-1938. Geschichte der Ersten Republik*. Graz; Wien; Köln: Styria. pp. 497-515.
- Klamper, E.** (2014) *Kunst dient der Macht. Kulturpolitik des Austrofaschismus 1934 bis 1938 und die Auflösung des Künstlerbundes Hagen*. In: *Hagenbund. Ein europäisches Netzwerk der Moderne 1900 bis 1938*. Wien: Hirmer Verlag.
- Krätke, M. R.** (2021) *A Viena Vermelha: uma utopia social-democrata*. In: *Crítica marxista*. Campinas, 53, pp. 143-149.
- Lejeune, Ph.** (2008) *O pacto autobiográfico: de Rousseau à internet*. Belo Horizonte: Ed. UFMG.
- Lorenz, E.** (2010) *Viena: antissemitismo popular e católico*. In: Eriksen, T. B. et al. *História do antissemitismo*. Trad. João Araújo. Lisboa: Edições 70.
- Pauley, B. F.** (1992) *From Prejudice to persecution: a history of Austrian anti-semitism*. Chappel Hill: The University of North Carolina Press. E-book.

- Pauley, B. F.** (1987) *Political antisemitism in interwar Vienna*. In: Oxaal, I.; Pollak, M.; Botz, G. (Eds.) *Jews, antisemitism and culture in Vienna*. New York: Routledge, pp. 152-173.
- Pollak, M.** (1987) *Cultural innovation and social identity in fin-de-siècle Vienna*. In: Oxaal, I.; Pollak, M.; Botz, G. *Jews, antisemitism and culture in Vienna*. New York: Routledge, pp. 59-74.
- Schima, S.** (2018) *Die Geschichte des Antisemitismus an der Universität Wien. Eine christliche Angelegenheit?* In: Himmelbauer, M.; Jäggli, M.; Siebenrock, R. A.; Treitler, W. (Eds.) *Erneuerung der Kirchen. Perspektiven aus dem christlich-jüdischen Dialog*. Freiburg; Basel; Wien: Herder, pp. 20-44.
- Seligmann-Silva, M.** (2005) *Testemunho e a política da memória: o tempo depois das catástrofes*. In: *Proj. História*. São Paulo (30), pp. 71-98, junho 2005.
- Tálos, E.** (2002). *Austrofaschistische Diktatur 1933-1938*. In: Achenbach, M.; Moser, K. (Eds.). *Osterreich in Bild und Ton*. Wien: Filmarchiv Austria, pp. 11-27.
- Ventura, M. S.** (2002) *De Karpfen a Carpeaux: formação política e interpretação literária na obra do crítico austríaco-brasileiro*. Rio de Janeiro: Ed. Topbooks.
- Ventura, M. S.** (2015) *A crítica e o campo do jornalismo: ruptura e continuidade*. São Paulo: Cultura Acadêmica.
- Ventura, M. S.** (2017) *Otto Maria Carpeaux: trajetória e obra de um herdeiro intelectual da Casa da Áustria*. In: Prutsch, U.; Bertonha, J.F.; Szente-Varga (Eds.). *Aventureiros, utopistas, emigrantes del Império Habsburgo a las Américas*. Madrid: Iberoamericana; Vervuert: Frankfurt Am Main.
- Wasserman, J.** (2014) *Black Vienna: The Radikal Right in the Red City, 1918-1938*. New York: Cornell University Press.
- Weitzmann, W. R.** (1987) *The politics of the viennese jewish community, 1890-1914*. In: Oxaal, I.; Pollak, M.; Botz, G. *Jews, antisemitism and culture in Vienna*. New York: Routledge, pp. 121-151.
- Wiesinger, L.** *Van Habsburg tor Hitler*. Antwerpen: Orbis; Bilthoven: De Gemeenschap, 1938.
- Wistrich, R. S.** (1987) *Social democracy, antisemitism and the Jews of Vienna*. In: Oxaal, I.; Pollak, M.; Botz, G. *Jews, antisemitism and culture in Vienna*. New York: Routledge, pp. 111-120.
- Zweig, S.** (1953) *O mundo de ontem. Memórias de um europeu*. Trad. Manuel Rodrigues. Rio de Janeiro, Liv. Civilização.
- Zweig, S.** (2013) *A Viena de ontem*. In: *O mundo insone e outros ensaios*. Trad. Cristina Michaelles. 1ª. ed. Rio de Janeiro: Zahar.

Dina Boluarte en su peor hora: escándalo, género y estrategias defensivas en el escándalo de los relojes Rolex¹

Pablo Ariel Cabás

<https://orcid.org/0000-0002-0616-3949>

Universidade de Lisboa – Instituto de Ciências Sociais (PhD Candidate)

pabloarielcabas@gmail.com

Juan José Flores

UPC - Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas

fjuniorro5@gmail.com

Resumen: El escándalo por los relojes Rolex que involucró a la presidenta del Perú, Dina Boluarte (2022-2025), ofrece una oportunidad única para analizar los discursos mediáticos y políticos que emergen en contextos de crisis reputacional presidencial. Este trabajo propone una lectura del caso desde una perspectiva comunicacional y pragmática, articulando la literatura sobre estrategias de defensa ante escándalos, los efectos visuales del aislamiento en la percepción de culpa y las expectativas de género en la evaluación de políticos implicados en actos de corrupción. El objetivo central es comprender cómo se construyó públicamente el escándalo y qué efectos tuvo la respuesta de la presidenta y su entorno, que osciló entre la negación (“es una reliquia”), el silencio institucional y la admisión final. La metodología se basa en un estudio cualitativo y cuantitativo de caso, con análisis de contenido de declaraciones, portadas de prensa y narrativas visuales. Los resultados muestran una combinación de encuadres moralizantes y estrategias de aislamiento simbólico que intensificaron la percepción de ilegitimidad. Se concluye que el escándalo excede el hecho material de la posesión de objetos de lujo: se activa en la intersección entre género, discurso político y mediatización, revelando tensiones más amplias sobre la ética presidencial en contextos de baja legitimidad.

Palabras clave: escándalo político; Dina Boluarte; estrategias defensivas; mediatización; género.

1. Introducción

La presidencia de Dina Boluarte (2022-2025) se desarrolló en un clima de baja legitimidad, conflictividad social y realineamientos políticos, con rasgos de “captura desde abajo” por las élites subnacionales y redes clientelares del Perú (Tanaka, 2024). En este marco, el escándalo político conocido como el Rolexgate cristalizó una narrativa de ostentación y privilegio, rápidamente nacionalizada por la prensa que puso bajo presión extrema al gobierno.

El escándalo se desató el 14 de marzo de 2024, tras un informe del programa periodístico La Encerrona (2024), realizado por Ernesto Cabral, donde se analizaron miles de fotogra-

¹ This work was supported by FCT - Fundação para a Ciência e Tecnologia, I.P. by project reference [2023.02732.BD](https://doi.org/10.54499/2023.02732.BD) and DOI <https://doi.org/10.54499/2023.02732.BD>.

fías de Boluarte desempeñándose como ministra y, desde el 7 de diciembre de 2022, como jefa de Estado, revelando una amplia colección de relojes, algunos de ellos de lujo y no declarados ante el Jurado Nacional de Elecciones (Montesinos Nolasco, 2024).

La presidenta señaló que se trataba de relojes propios, producto de su trabajo, y que además se trataba de una “reliquia familiar de antaño”, lo cual fue rápidamente desmentido. Ante el acoso mediático y político en el Congreso, la presidenta prefirió el silencio explícito diciendo que solamente respondería ante la fiscalía, ya que se trataba de un asunto personal. Al mismo tiempo, distintas figuras del gabinete presidencial dieron versiones cruzadas y contradictorias, exhibiendo una ausencia de estrategia comunicacional de la crisis reputacional.

La deriva táctica de la Presidenta y el silencio prolongado profundizaron la crisis política y derivaron en el allanamiento judicial de su domicilio. Finalmente, ante la judicialización del escándalo, la presidenta alegó que los relojes eran “préstamos” de un gobernador regional, contradiciendo sus versiones previas y dejando en evidencia que había mentido.

El cierre político-parlamentario de la crisis (no la investigación judicial) puede situarse en el archivamiento de la denuncia constitucional por parte del Congreso el 12 de abril de 2025, lo que ofrece una ventana analítica cerrada para el estudio del ciclo mediático y las respuestas oficiales. Pese a los intentos de vacancia presidencial (Impeachment), el acuerdo político que la sostenía en el Congreso de la República contuvo los embates y evitó su destitución del cargo. Sin embargo, ante la falta de una estigmatización concreta, operó una estigmatización difusa reputacional, ya que durante todo el proceso del escándalo, la aprobación presidencial alcanzó mínimos históricos (5% en junio de 2024), lo que indica el costo de imagen en un contexto reputacional ya muy adverso para el oficialismo (Villarroel Zurita, 2024).

Este trabajo busca reconstruir el repertorio de las estrategias defensivas de la presidenta ante el escándalo político mediático y los encuadres periodísticos del Rolexgate, a partir de cuatro preguntas de investigación:

PI1) ¿Cómo se desarrolló el escándalo político del Rolexgate y cómo fue el proceso de dramatización del escándalo?

PI3) ¿Qué encuadres y recursos visuales predominaron en portadas y coberturas?

PI 2) ¿Cómo evolucionaron las tácticas de defensa de la presidencia, tanto desde lo discursivo como de lo visual?

PI4) ¿Cómo influyó el género de la mandataria en las expectativas normativas y la recepción de sus defensas?

2. Marco teórico y conceptual

2.1. Escándalo político y mediatización

Un escándalo político es una crisis reputacional causada por la denuncia y la sospecha sobre la comisión de una infracción de un político en ejercicio, o de quien aspira a serlo, que llega a ser conocida por terceros no intervinientes, quienes reaccionan negativamente y dramatizan públicamente reclamando una sanción y reparación por el daño generado por la infracción.

La literatura sobre escándalos políticos subraya que los medios de comunicación no solo “cubren” las transgresiones, sino que las tematizan, serializan y moralizan, configurando “paisajes de inmoralidad” que ordenan lo condenable y prescriben culpables (Cepernich, 2008). Von Sikorski (2018) muestra por medio de un metaanálisis de la bibliografía que la persistencia y el tono del tratamiento mediático influyen en las actitudes ciudadanas, la confianza institucional e incluso el voto de los electores (Praino & Stockemer, 2022).

Los escándalos políticos ocupan un lugar central en la agenda de medios de los países y son procesos comunicacionales mediatizados (Thompson, 2000, 2005, 2011) en los que los acusados y los acusadores intervienen públicamente en un proceso de dramatización social con discursos defensivos y discursos infamantes. Se trata de procesos disruptivos y confrontacionales en los que se discute la capacidad moral de los actores para ocupar un determinado cargo público, por medio de la discusión en torno a la responsabilidad y a la sanción por la infracción cometida.

Mientras los discursos infamantes buscan escandalizar a la audiencia provocando reacciones de indignación y rechazo, reclamando que se aplique una sanción y se restablezca el valor de la norma vulnerada; la estrategia defensiva busca minimizar el impacto de las revelaciones en la imagen pública del acusado, evitando que aparezcan nuevos elementos que agudicen la crisis reputacional (Jiménez, 1994; Jimenez & Caínzos, 2004; Villoria & Jiménez, 2012). Estos discursos son dramatizados en la esfera pública mediática por los directamente implicados (acusado y acusador), pero también intervienen otros actores dotando de coralidad al proceso y amplificándolo, ya sea desde una posición de ataque o de defensa.

2.2. Estrategias defensivas ante escándalos

La literatura sobre gestión de crisis reputacionales converge en la idea de que en los escándalos de alta visibilidad, la elección y la secuencia de las respuestas del líder político son variables determinantes para evaluar el daño o la contención reputacional. Dos pilares sostienen este marco. En primer lugar, la Image Repair Theory (IRT) de Benoit (1997, 2015)

y, en segundo lugar, el enfoque de encuadre y silencio de Entman (2012). Estos enfoques canónicos en la literatura se complementan con aportes sobre *stonewalling* (Basinger & Rottinghaus, 2012b), *blame avoidance*, economía visual del escándalo (von Sikorski, 2018; Von Sikorski & Ludwig, 2018) y la del “dividendo del mentiroso” (Schiff et al., 2024). Este andamiaje permite interpretar la estrategia defensiva de Dina Boluarte en el escándalo del Rolexgate como un itinerario comunicacional con efectos reputacionales adversos previsibles.

La IRT sistematiza cinco macro-estrategias: negación, evasión de responsabilidad, reducción de ofensividad (bolstering, minimización, diferenciación, ataque al acusador, compensación), acción correctiva y mortificación (admisión de la responsabilidad y disculpa) (Benoit, 1997a). En ese sentido, la teoría subraya que el rendimiento de la estrategia adoptada depende de la atribución pública de responsabilidad, la evidencia o las pruebas disponibles y la consistencia temporal del mensaje; negar bajo evidencia creciente o cambiar de versión suele agravar el problema (Benoit, 2006a).

En escándalos políticos que afectan a presidentes, cuando la audiencia percibe fallas en la defensa y el líder se niega a admitir su responsabilidad pese a las pruebas y denuncias en contra, dicha negativa genera un segundo agravio (el de la inflexibilidad o la falta de honestidad) que dificulta la contención reputacional (Basinger & Rottinghaus, 2012b, 2012a). En muchos casos, estos agravios se convierten en escándalos de segundo orden (Thompson, 2000), es decir, se comete una infracción (mentir, alterar pruebas, manipular el proceso judicial o presionar a testigos) para intentar cubrir o tapar la infracción inicial. Muchas veces estos escándalos de segundo orden pueden ser más perjudiciales reputacionalmente que los primeros.

Para Entman, los escándalos no son sólo “lo que se dice” sino lo que no se dice: el silencio y las respuestas evasivas alteran la cascada de encuadres, ya que alimentan la serialización y la moralización de la cobertura (R. M. Entman, 2012). La ausencia de un marco alternativo temprano y creíble permite que otros actores definan el sentido del caso, elevando el costo reputacional para el líder.

Basinger y Rottinghaus (2012b, 2012a) comprobaron que la estrategia de callar o dilatar la respuesta (*stonewalling*) depende del nivel de involucramiento del acusado con la infracción y de la reacción anticipada de la prensa sobre el caso (el frame). Además, cuando el presidente está implicado, el silencio alimenta la sospecha y los “*feeding frenzies*” mediáticos, ofreciendo coberturas y encuadres más adversariales. A partir del estudio de escándalos políticos de Estados Unidos comprendidos entre 1972 y 2008, demostraron que los gobiernos optaron por la estrategia de callar o dilatar en el 46 % de los escándalos y en hasta un 67 % de los casos, cuando el presidente estaba involucrado (Basinger & Rottinghaus, 2012b, 2012a). Esta diferencia significativa muestra la necesidad de los equipos presidenciales de

“ganar tiempo” para definir una estrategia menos onerosa en términos reputacionales, pero que al mismo tiempo genera un daño reputacional de corto plazo más alto, alimentando la serialización, el aumento de la sospecha y la pérdida de control del *frame*.

El vacío comunicativo que deja el silencio del líder suele ser ocupado por terceros (opositores políticos, comentaristas, periodistas críticos, especialistas) que encuadran el evento y presionan por el remordimiento y el pedido de disculpas del acusado (Griffin Padgett, 2014). En plataformas digitales, las audiencias articulan repertorios de indignación, solidaridad y contraataque que alimentan la serialización del escándalo (Dvorak, 2024).

La dilación y el silencio forman parte de los *blame avoidance* (Hansson, 2018), es decir, la micropolítica de negar el problema, cambiar de tema, mantener perfil bajo mediante restricción informativa o el silencio, e incluso la intención de “arreglar” agendas. Este enfoque plantea que la defensa estratégica es un “*language game*” de movimientos defensivos y contraataques a los adversarios y a los medios, que tiende a generar tensiones con la prensa y con los opositores, quienes buscarán acusar, culpar y reclamar sanciones para los culpables.

Por otro lado, en relación con las estrategias negatorias, la literatura reciente demuestra que alegar falsamente “*fake news*” o denunciar manipulación mediática frente a información dañina puede elevar el apoyo al acusado, sobre todo entre sus propios seguidores, por medio del aumento de la incertidumbre informativa y/o la arenga identitaria. Denunciar la acusación como falsa o malintencionada como estrategia para evitar la rendición de cuentas, funcionalmente similar al ataque al acusador en IRT, rinde en promedio más que guardar silencio o pedir disculpas, aunque este efecto se modera ante elementos visuales incriminatorios verosímiles (Schiff et al., 2024).

Asimismo, los “dividendos del mentiroso”, como lo definen Schiff et al. (2024), requieren que el alegato de una “cobertura mediática politizada” o de una “campaña en contra” se dirija hacia públicos afines, pero no revierten la evidencia visual de la acusación ni resuelven el problema moral de la veracidad de la denuncia. Esto es particularmente relevante para el caso de la presidenta Dina Boluarte, ya que su nivel de apoyo era muy bajo y no contaba con el apoyo de un partido propio, ni de partidarios activos, al mismo tiempo que las pruebas visuales de la acusación tuvieron un alto impacto.

2.3. El rol de la imagen en los escándalos: acusación, defensa y performatividad televisiva

La dimensión visual en la construcción y dramatización de los escándalos políticos no es una cuestión decorativa, ya que estructura cómo el público atribuye responsabilidad,

experimenta emociones y decide castigos para los acusados. Por ello, la acusación y la defensa disputan no solo el relato textual sino, principalmente, las imágenes dominantes que circulan en el espacio público (fotografías, videos, escenografías institucionales).

Presentadas de forma aislada, las imágenes producen efectos de encuadre más fuertes que el texto sobre las opiniones y las intenciones conductuales del público; cuando imagen y texto se presentan conjuntamente (situación típica), el texto tiende a guiar las opiniones explícitas, mientras que la imagen arrastra las intenciones conductuales (es decir, las ganas de reclamar sanciones o de exigir renunciaciones). Este desdoblamiento ayuda a entender por qué una respuesta impecable desde lo “técnico” o desde lo judicial, puede resultar insuficiente para neutralizar una foto icónica: la imagen mantiene su capacidad de activar sentimientos y de orientar conductas aun cuando la textualidad la contradiga (Powell et al., 2015).

Los frames mediáticos de responsabilidad y daño desencadenan procesamiento cognitivo y emocional (sobre todo enojo) que, a su vez, predice opiniones y preferencias punitivas (exigir sanciones, condenas y renuncia). La imagen potencia ese mecanismo al volver más accesibles y aplicables ciertos juicios morales: por ejemplo, la ostentación de objetos de lujo refuerza el frame de hipocresía y acelera el paso desde “hecho denunciado” al “castigo” (Kepplinger et al., 2012).

A las imágenes se les responde con otras imágenes (contra-imágenes). Por ello, la importancia de analizar el componente visual de la estrategia de defensa de la presidencia ante la contundencia de las fotos de sus relojes lujosos. En este sentido, dos hallazgos experimentales ayudan a entender la importancia del aislamiento del acusado y de la luminosidad u oscuridad de las imágenes que se proyectan.

El aislamiento visual, o exhibir al político sin *entourage* y en espacios vacíos, incrementa la percepción de culpabilidad, empeora su evaluación global y eleva las preferencias de la audiencia por estrategias punitivas (Von Sikorski & Ludwig, 2018). La fuerza del impacto visual ni siquiera puede ser controlada por la manipulación de lo textual que acompaña la imagen.

Asimismo, el uso constante del primer plano con fondos oscuros (recurso de encuadre frecuentemente usado por el fotoperiodismo en coberturas de escándalos) induce actitudes más negativas y demandas de castigo más severas. Por el contrario, el uso de fondos claros atenúa ambos efectos (von Sikorski, 2018).

En el escándalo del Rolexgate, la contundencia de las fotos de los relojes y del informe visual periodístico generó un inmediato efecto de anclaje reputacional, mientras que la puesta en escena presidencial —cadenas nacionales desde Palacio, con ministros alineados— buscó contrarrestarlo mediante señales de unidad y poder institucional.

La acumulación de imágenes de relojes de alta gama y la opinión de los expertos relojeros sobre los precios de los mismos, operó como una prueba irrefutable que dificultó la negación de los hechos y redujo el margen para que el silencio contenga el daño reputacional.

Si la acusación circula fotos de aislamiento o con tonalidades oscuras, la defensa debe compensar visualmente (p. ej., rodearse de aliados, fondos iluminados, símbolos institucionales) además de argumentar. Las cadenas nacionales o mensajes a la Nación de Boluarte, con gabinete en pleno, buscaban neutralizar el aislamiento con una coreografía de respaldo.

La televisión configura una experiencia de testimonio público (*witnessing*) y de co-presencia que eleva el valor performativo de la defensa: no solo “se dice”, sino que “se muestra” autoridad, control y presencia estatal (Bianculli, 2000; Ellis, 2000a). En ese registro, las respuestas de Boluarte desde espacios simbólicos (Palacio de Gobierno con presencia de banderas y escudos), con disposición corporal y espacial de ministros, intentaron producir contra-imágenes que redujeran el aislamiento y trasladen el foco desde el lujo hacia la institucionalidad. Esta lógica audiovisual es coherente con las estrategias de bolstering y transcendence de la IRT, pero su eficacia, como se verá más adelante, depende de la congruencia con los hechos y de la consistencia temporal (Benoit, 2014, 2016).

2.4. Género, escándalos políticos y (des)ventajas estratégicas de defensa

Los estudios sobre comunicación política y opinión pública muestran que los escándalos no afectan a mujeres y varones de forma simétrica: las expectativas de género condicionan tanto la cobertura mediática como la recepción ciudadana y, por ende, los costos y beneficios de cada estrategia de defensa.

Un primer sesgo de género durante los escándalos lo realizan los medios de comunicación que tienden a sobrecargar de estereotipos la evaluación de mujeres. Un análisis cuantitativo de 258 artículos de seis revistas estadounidenses sobre cuatro “escándalos presidenciales” (Watergate, Irán-Contras, Lewinsky, Ucrania) mostró que las mujeres reciben cobertura más negativa y estereotipada aun cuando no son responsables directas. El estudio concluye que, en situaciones de escándalo, el periodismo recurre con persistencia a marcos narrativos de género, centrados en rasgos personales, vida familiar o sexualización, más que en competencias, reforzando una “doble vara” (Prémont & Millette, 2023). Los medios tienden a personalizar la falta en clave moral y a asociar a las mujeres con mayores estándares de rectitud, reforzando el “ensañamiento” percibido en sociedades con normas de género tradicionales.

La evidencia experimental sugiere que el punto crítico que activa el castigo diferenciado hacia las mujeres en escándalos políticos es la atribución interna de responsabilidad. Cuando la audiencia infiere que la transgresión depende del control del/la político/a, ellas son sancionada con mayor severidad que ellos (Cucchi & Cavazza, 2021). En el escándalo del Rolexgate, los encuadres periodísticos sobre posesión/uso personal de objetos de lujo y omisiones declarativas operaron como disparadores de responsabilidad interna, por lo que es esperable un plus punitivo asociado al género de la mandataria.

El segundo sesgo se presenta en la forma en la que la audiencia percibe y reacciona emocionalmente ante los mismos hechos de forma diferenciada dependiendo del género del acusado. Experimentos recientes demuestran que, ante una misma transgresión, las evaluaciones públicas pueden variar según la congruencia del sexo de los acusados con los estereotipos de agencia (dominancia, firmeza) y comunalidad (cuidado, honestidad, cooperación) asociados al género que se manifiestan en la estrategia de defensa. Así, respuestas percibidas como “demasiado duras” o “demasiado frías” en mujeres tienden a activar efectos de *backlash* (sanción por incongruencia de rol), mientras que respuestas “sumisas” en varones pueden erosionar percepciones de competencia.

Cucchi Graziani, Guidetti y Cavazza (2021) compararon la eficacia de las estrategias defensivas en un experimento sobre casos ficticios involucrando a políticos, mujeres y hombres, observando efectos diferenciales por género. El hallazgo clave es que la congruencia táctico-estereotípica facilita la reparación de imagen, mientras que la incongruencia la entorpece.

En un entorno de baja legitimidad de ejercicio y de percepciones de origen “impuesto” de la primera mujer presidenta del Perú y en una cultura política donde los estereotipos de género siguen operando, la combinación de evidencia visual fuerte (lujo ostensible) y respuestas iniciales de silencio y negación tiende a intensificar la atribución personal de culpa. En ese marco, es previsible que la cobertura enfatice rasgos “de carácter” (frialidad, ambición, falta de honestidad), reforzando la asimetría punitiva hacia una lideresa que no se acomoda a expectativas comunales (cercanía, humildad), tal como sugieren los patrones comparados de cobertura y sanción en la literatura.

En síntesis, la penalización diferencial por género obedece a tres mecanismos complementarios: *shifting standards* (umbrales evaluativos más altos para mujeres), violación de expectativas (sanción mayor cuando quien incumple es quien “debe” ser más honesta) y *backlash* ante conductas percibidas como contrarias al rol de género.

En el caso del Rolexgate se trató de un escándalo que combinó lujo ostentoso y atribución de responsabilidad interna clara, en un contexto adverso tanto por la legitimidad de origen como de ejercicio, por lo que reunía un trípode punitivo, acentuando la lectura moralizante de la infracción.

3. Diseño y estrategia metodológica

El trabajo propone un estudio cuanti-cualitativo de caso con análisis de contenido (textual y visual) y una lectura pragmático-discursiva. Se analiza:

- El ciclo del escándalo político y los encuadres mediáticos de las portadas principales de diarios de referencia.
- Las estrategias de defensa de la Presidencia y del gobierno en general.
- Los recursos visuales de aislamiento/acompañamiento y moralización gráfica del escándalo.
- Las marcas de género del discurso.

Se delimita el inicio de la ventana temporal desde el 14 de marzo de 2024 (destape periodístico que detona la cobertura intensiva y la investigación fiscal) hasta el 12 de abril de 2025 (archivo de la denuncia constitucional en el Congreso, que clausura la posibilidad de destitución, sin prejuzgar su dimensión judicial).

El corpus de análisis está integrado por las siguientes piezas:

- Prensa (portadas y notas de tapa referidas al hecho): El Comercio, La República, Perú21 (Neuendorf, 2017; Riffe et al., 2019)².
- Fuentes oficiales: mensajes a la Nación, conferencias y comunicados de Presidencia/PCM; declaraciones de defensa legal³.
- Investigación periodística de base: pieza explicativa y cronologías del caso en La Encerrona y sitios de verificación.

El proceso de codificación fue llevado adelante por dos analistas entrenados en base a un codebook cerrado⁴.

Asimismo, se realizaron búsquedas en Google Trends para identificar los picos del escándalo político y sus repercusiones en Tik Tok⁵ y en la red social X⁶, para mapear la discusión en las redes sociales.

² Ver Anexo 1 (Selección de las tapas más simbólicas a modo de ejemplo)

³ Ver Anexo 4 y Anexo 5

⁴ Ver Anexo 6

⁵ Ver Anexo 2

⁶ Ver Anexo 3

4. Resultados

4.1. Cronología del escándalo y la defensa

El escándalo Rolexgate estalla el 14 de marzo de 2024 cuando el programa periodístico online La Encerrona presenta un informe con más de 10 mil fotos oficiales, en las que se identifica una colección de al menos 17 lujosos relojes en la muñeca presidencial, varios de ellos Rolex que no habían sido declarados en su patrimonio.

La primera estrategia defensiva de la Presidenta fue el 15 de marzo ante la pregunta de los periodistas, a los que respondió reconociendo los hechos, y justificándolo en base al mérito personal y a una vida de esfuerzo:

“Lo que quiero decirle, no a la noticia tendenciosa, sino al Perú entero: ‘Trabajo desde mis 18 años y lo que tengo es fruto de mi esfuerzo y de mi trabajo. El artículo en particular es de antaño. Lo uso muy eventualmente y lo que quiero decir: “he entrado a Palacio con las manos limpias y saldré con las manos limpias”.

“Les pido que no entren en temas personales. Es un tema personal, no lo voy a reiterar”.

La admisión inicial del hecho se realizó en base a la tríada mérito personal, antigüedad familiar y asunto del ámbito privado; y por lo tanto, exento de la indagación y consulta de la prensa. De esta forma se buscó despolitizar la controversia y aislarla del escrutinio público. Si bien no se la calificó a la noticia como falsa, se la enmarcó como “tendenciosa”.

Sin embargo, el 18 de marzo, la Fiscalía abrió una investigación sobre enriquecimiento ilícito y omisión de consignar bienes, judicializando la denuncia y legitimándola como asunto de interés público. Durante dicho período, el programa La Encerrona mantuvo el foco en la noticia exhibiendo piezas de seguimiento que sistematizaban relojes, fechas y eventos públicos en los que los usó; y alimentando, por lo tanto, la atención pública sobre la denuncia. Asimismo, quedó en evidencia que la Presidenta había mentido ya que el año de lanzamiento del modelo de reloj Rolex exhibido era reciente y “no de antaño”, generando un escándalo de segundo orden. Ante este marco la Presidenta optó por el silencio oficial, al mismo tiempo que los medios gráficos empezaban a publicar el escándalo en sus portadas y a vincular los hechos con la visita del gobernador de Ayacucho, Wilfredo Ocorima, al Despacho Presidencial.

Ante el aumento de la presión de la prensa, el primer ministro, Gustavo Adrianzén, declaró a la prensa:

“Va a ser la última vez que yo me refiera a este tema. La señora presidenta ha sido, en opinión del que habla, lo suficientemente explícita y ha respondido a cabalidad

respecto de esos reportajes [...]. Se trata de un tema personal que no me corresponde abordar”.

“Me sorprende la insólita celeridad con la que iniciaron indagaciones (refiriéndose a la investigación de Fiscalía). No hay necesidad de que los funcionarios públicos estemos declarando las joyas. ¿Qué sentido podría tener eso? Declaremos (entonces) los lapiceros, la medallita de bautizo, las alianzas matrimoniales. ¿A dónde vamos a llegar?”

La estrategia viró de la aceptación (y aclaración) hacia la confrontación con la prensa y la Fiscalía y a la victimización.

El 20 de marzo el partido Perú Libre, que llevó a Boluarte como vicepresidente junto a Pedro Castillo y en el cual la actual presidenta había militado desde su creación, inició una recolección de firmas para destituirla del cargo.

El viernes 22 de marzo, tras una semana de cuestionamientos que llegaron inclusive a medios internacionales, la Presidenta se mostró junto a su gabinete y brindó un pronunciamiento con conferencia de prensa en la que se manifestó dispuesta a presentarse ante la Fiscalía para esclarecer las acusaciones en su contra, negando tener irregularidades en su patrimonio (RPP Noticias, 2024).

“Nuestro hermano mayor, Jesús, nos dijo siempre que habláramos con la verdad. Y ante el Ministerio Público que, por cierto, ya me notificó, ya apersoné a mis abogados, estaré como siempre diciendo la verdad. No solo al Ministerio Público, sino al Perú en general. Al país, cuando empecé a asumir la responsabilidad como primera mujer presidenta de la República en 200 años de nuestra historia, les prometí trabajar con las manos limpias. Aquel 7 de diciembre de 2022 entré por la puerta grande y me iré por la misma puerta el 28 de julio de 2026, siempre, siempre con las manos limpias”. “Esta mujer andina, que viene de ese mundo, donde a veces los políticos o los presidentes no miraban a mi tierra, Apurímac, a mi querido Chalhuanca. Vengo de una familia honorable, decente, donde papá y mamá me enseñaron la decencia, la honestidad, la lealtad y ser agradecido. Yo soy una mujer agradecida con el pueblo peruano y con total lealtad al Perú”.

“A los peruanos y a las peruanas, mi compromiso de seguir trabajando con el país. Pondré todo mi corazón y todo mi esfuerzo hasta el último minuto como presidenta de la República, sin robarle al pueblo peruano y esta presidenta no le está robando un sol al pueblo peruano, sin mentirle y sin ser ociosos. Ahí trabajaremos, esa es mi línea de conducta, mi línea de trabajo. Y como presidenta siempre diré la verdad”.

“La Fiscalía lo que ha emitido es una notificación luego de la noticia que salió en diversos medios. Ya hemos apersonado a nuestra defensa y de acuerdo a lo que permita la agenda, que ya tenía yo programada, estaremos asistiendo a la Fiscalía con la verdad, como siempre he dicho”.

La presidenta ensayó un compromiso de colaboración, apelando a su honestidad y a su condición de mujer, y trasladando la respuesta (*stonewalling*) a la instancia judicial, lo cual confrontó con el clima mediático de presión en el que se acumulaban notas y editoriales que le exigían precisión sobre la procedencia y el registro patrimonial de los Rolex. Esta subestimación del clima de la opinión pública preparó el terreno para una adversarialidad mayor en el encuadre de los medios.

La medianoche del 29 al 30 de marzo marcó un punto de inflexión dramático en el escándalo, cuando la División de Investigación de Alta Complejidad (DIVIAC) de la Policía Nacional del Perú allanó Palacio de Gobierno y la vivienda de la presidenta, forzando el ingreso ante las cámaras de televisión. La respuesta oficial se dio por medio de un mensaje a la Nación al día siguiente, que reconfiguró la defensa hacia la victimización institucional y el cuestionamiento del operativo (La República, 2024):

“El país entero ha sido testigo de cómo a altas horas de la noche un contingente numeroso de fiscales y policías irrumpió en mi domicilio, donde pernotaba mi familia. Ha sido sorprendente cómo se dispone que se violente la puerta de ingreso de mi hogar, pese a que no había transcurrido el tiempo suficiente para que los miembros de mi familia puedan levantarse de su descanso, vestirse y abrir la puerta; más aún si tenemos en cuenta la hora en la que se produjo esta intervención.

Soy respetuosa de la investigación fiscal; sin embargo, rechazo la forma como se hace de manera discriminatoria e inconstitucional. Se me lleva directamente a la investigación preliminar cuando a expresidentes se les establecieron diligencias previas. Nunca como se viene diciendo, hubo rehusamiento ni rebeldía de mi parte frente a la investigación fiscal. Muy por el contrario, me he apersonado a esta instancia nombrando a mis abogados y poniéndome a disposición, por lo que la medida de la madrugada es arbitraria, desproporcional y abusiva.

Esta situación es sumamente grave y afecta los derechos de mi familia, pero sobre todo afecta la gobernabilidad del país. Hermanas y hermanos, la presidenta viene siendo atacada sistemáticamente y por ende se ataca a la democracia, el estado de gobierno, generando inestabilidad política, social y económica.

(...) El tema del reloj, me hago una pregunta: ¿desde cuándo un sector de la prensa se preocupa por lo que usa o no usa una presidenta o un presidente? Espero y quiero creer que no es un tema sexista o de discriminación. Y sobre este tema por recomendación de mi abogado, quien me ha pedido que no haga todavía ninguna declaración hasta que yo pueda asistir a la Fiscalía y aclarar los hechos.

(...) Esta primera presidenta en los 200 años de República no se rinde frente a este ataque sistemático. Y respetuosa de la autonomía de las instituciones, estaré asistiendo cuanto antes ante la Fiscalía para esclarecer el hecho sobre los relojes. Siempre he dicho que soy una mujer honesta, entré a Palacio de Gobierno con las manos limpias y así me retiraré en el año 2026.

Esta mujer presidente no está detrás de lobbies o negociados. Y quien vendió la historia de los relojes lo sabe porque me conoce porque no soy corrupta ni ladrona.

Pueblo peruano, tengan confianza en esta madre de familia. Como muchos de ustedes, se esfuerza y trabaja día a día con la esperanza de resolver los problemas de los más de 33 millones de peruanas y peruanos.”

En esta puesta en escena, acompañada de todo su gabinete, la estrategia vinculó el allanamiento sufrido con un ataque al gobierno y a la institucionalidad, y no a Dina Boluarte, persona. La construcción de un nosotros agredido se da junto al reforzamiento del silenciamiento estratégico como línea de acción, al sostener que por recomendación de su abogado no dará detalles hasta acudir al Ministerio Público. Asimismo, se observan marcas de género, ya que Boluarte busca asociar los ataques con el hecho de ser la primera presidenta mujer del Perú.

Así la Presidencia buscó escenificar un cierre comunicacional de la crisis, pero sin cerrarlo, ya que desplazó la expectativa comunicacional a la instancia judicial, prolongando y, por lo tanto, profundizando la crisis. Asimismo, la estrategia de defensa no asumió la necesidad de rendir cuentas públicas ante la ciudadanía que esperaba una explicación concreta sobre los relojes (y hasta un remordimiento público).

El mensaje no logró su cometido de cierre, sino que, por el contrario, la cobertura mediática se intensificó en los días siguientes. Al mismo tiempo, la Fiscalía amplió las hipótesis y los objetos de interés (joyas de alto valor y depósitos de origen no esclarecido) y la narrativa instalaba la “serialización” del caso.

Ante la mayor presión, el 5 de abril se produce el quiebre discursivo más notorio del escándalo con un giro completo en la estrategia de defensa o de restauración de imagen. Tras declarar ante el Ministerio Público, la presidenta compareció en un nuevo mensaje a la Nación con una nueva línea explicativa.

“Queridos compatriotas, sé que ustedes están esperando saber la verdad sobre los relojes y las joyas después de tantas noticias tendenciosas y falsas.

Vengo de la Fiscalía después de haber contestado durante 5 horas todas las preguntas de la Fiscalía de la Nación. Y la verdad es solo una. Respecto de los relojes debo reconocer que fue una equivocación haber aceptado en calidad de préstamo estos relojes que mi amigo Wilfredo Ocorima, mi waiki, mi hermano, me haya prestado. Quizá en el ánimo de querer representar bien a mi país me llevaron a aceptar ese préstamo, el cual ya lo he devuelto. Y como esos relojes no son de mi propiedad, no estaba obligada a declararlos en la declaración de bienes y rentas.

Respecto a las joyas, queridas hermanas y hermanos del Perú, todo lo que han dicho es falso. Dijeron que la presidenta usa una pulsera Cartier de 45000. Esta es

la pulsera de bisutería fina y es mi pulsera y la uso en forma pública y transparente. Dijeron también: un juego de collar y pendientes con perlas cultivadas marca Van Cleef de 7,000 dólares. Totalmente falso. Estos pendientes, que me los he puesto hoy día, y este collar, ¿saben de qué marca es? Unique y vean ustedes la cajita totalmente usada. La tengo hace más de 8 años conmigo y la noche del allanamiento nefasto estaba en mi cómoda en su cajita, ahí colocada todas mis joyas.

Dijeron también un juego de collar de oro blanco de 60.000 dólares. Este es el juego de mi propiedad y estos son los pendientes de plata y es el mismo que uso en todos mis eventos públicos. Dijeron un anillo de oro con piedra preciosa color rojo de 16000 dólares. Es este. Lo que dijeron. Es totalmente falso. Esta es una sortija que he usado públicamente y es bisutería fina.

Y ustedes se preguntarán, hermanas y hermanos, ¿por qué ha sido el motivo de mi demora? El responsable de esa demora es el doctor Mateo Castañeda, quien me dijo primero respondamos y declaremos ante la autoridad competente, y después se dirige al país. Y eso es lo que estoy haciendo. Y eso es todo en cuanto a los relojes y las joyas. Yo les pido desde aquí a los señores fiscales que sean más prudentes cuando califiquen sus denuncias. Y no conviertan en mesas de parte de alguna prensa tendenciosa. Y también les pido que cesen las filtraciones indebidas, en todos los casos. No solamente en el mío, en todos los casos. ¿Cuánto daño pueden hacer a los humildes ciudadanos? Y les pido a todos que pasemos esta página para ocuparnos de lo que realmente importa. Versiones absurdas de vacancia.

Finalmente basta con seguir operando con manos negras en contra del país con estas patrañas y cortinas de humo, que no benefician a nadie y solo le hacen daño a la patria a su imagen internacional, tan importante para que vengan las inversiones necesarias para atender aquello que hemos dicho acortar la brecha de la pobreza. Porque siempre hemos dicho también: somos un gobierno de hechos y no de esperanzas falsas”.

Esta defensa cambió de forma abrupta la estrategia comunicacional, pasando de asumir que los relojes eran personales a que eran un préstamo de un gobernador sospechado de corrupción, y al cual la prensa apuntó desde un primer momento. La presidenta asumió la responsabilidad de haber aceptado por una causa mayor: “representar bien al país”. Asimismo, negó que otras joyas fueran de alto valor y las exhibió ante la audiencia como un ejercicio de expiación. Sin embargo, no pidió disculpas por su mentira inicial o remordimiento sobre este punto. Desde la prensa, quedó la imagen de una presidenta acorralada por sus propias declaraciones y sin rendir cuentas cabalmente a la ciudadanía.

A partir de este punto, la secuencia narrativa incorpora nuevos personajes, desplazando la atención mediática sobre Dina Boluarte hacia el gobernador Wilfredo Ocorima (quien también dio versiones contradictorias sobre los relojes a lo largo del proceso) y hacia los responsables del allanamiento a su domicilio. Esta muestra de poder del Poder Judicial

sobre el Poder Ejecutivo (así como las fotos que aparecieron del coronel Harvey Colchado, quien encabezó el operativo a la casa de Boluarte, celebrando su cumpleaños con una torta en la que se escenificaba el allanamiento) permitió la confrontación de Boluarte con la DIVIAC, escalando el conflicto.

En los días posteriores se agregaron nuevos costos colaterales por decisiones administrativas con impacto simbólico, como el retiro temporal del coronel Colchado tras la polémica torta, que mostró a una presidente blindada y escalando el conflicto.

A fines de mayo, la Fiscalía formalizó una denuncia constitucional por presunto cohecho pasivo impropio presentando la tesis de que el préstamo de los relojes y joyas había facilitado decisiones presupuestales favorables al gobernador de Ayacucho, lo que trasladó la defensa presidencial al terreno de la constitucionalidad y del artículo 117, mientras la opinión pública registraba mínimos históricos de aprobación, apenas cinco por ciento según Datum reportado por El Comercio (Villaruel Zurita, 2024). Asimismo, según la consultora IPSOS, el 78% de los peruanos estaba informado del caso, el 75% aprobaba el allanamiento en el domicilio de la mandataria, el 85% creía que la defensa de Boluarte buscaba entorpecer la investigación (contra el 10% que acordaba con la idea de que quería colaborar). Para el 77% de los peruanos el Congreso buscaba proteger o blindar a la mandataria (Ipsos, 2024). Efectivamente, el Congreso terminó archivando la acusación hasta su cierre definitivo al año siguiente.

Desde que comenzó el escándalo en marzo de 2024 hasta su cierre político (abril de 2024) y operativo (el 12 de abril de 2025 cuando el Congreso archivó la denuncia constitucional y la presidencia lo celebró como “tema cerrado”), el gobierno intentó transitar del plano moral al judicial y luego al constitucional para contener la presión mediática y sostener la gobernabilidad en medio de la caída grave y sostenida de popularidad. El arco de la defensa pasó por cuatro frames sucesivos: mérito y vida de esfuerzo, victimización institucional y silencio estratégico, préstamo y error, escenificado mediante cadenas nacionales, conferencias y comunicados que buscaron, en cada hito, redefinir el foco de la atención.

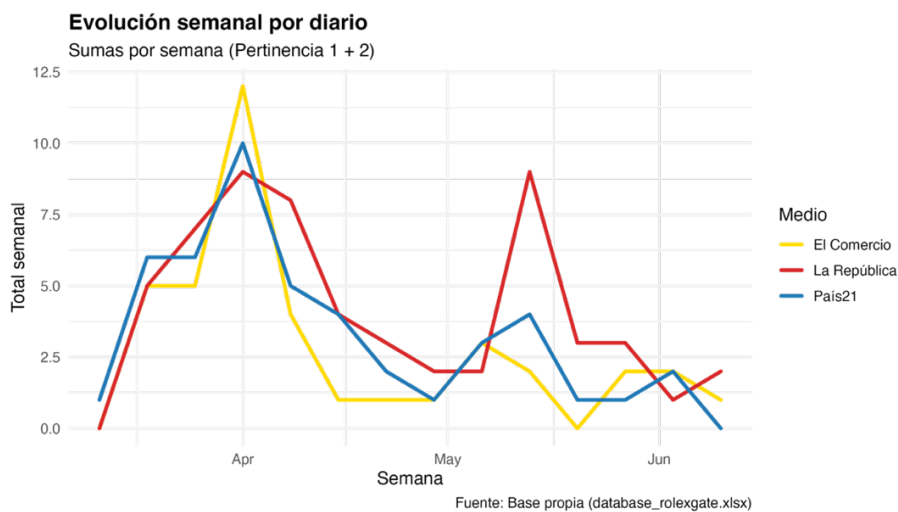
Las fases de este escándalo se dieron en un contexto fuertemente condicionante. La coalición conservadora–populista que la sostenía en el Congreso le garantizó la cobertura institucional; mientras que la crisis de representación 2023–2024 generó umbrales muy bajos de tolerancia de la opinión pública. La disputa del Ejecutivo con la Fiscalía (DIVIAC) y del Congreso con la Fiscalía definió el cierre político del caso desplazando la narrativa de lo moral, a lo judicial y finalmente a lo institucional. Por último, la retórica oficialista de estigmatización a la prensa así como las marcas de género de la defensa, buscó restar credibilidad a la denuncia y mostrarla como un ataque coordinado a la institucionalidad de la Presidencia.

4.2. Cobertura mediática

El escándalo de los Rolex fue una noticia icónica (Canel & Sanders, 2005) y, en sus primeras semanas, ocupó posiciones de máxima visibilidad. Durante el período analizado (fase 1: 14 de marzo al 14 de junio 2024) se identificaron 143 piezas pertinentes distribuidas en el siguiente orden: La República (58), Perú21 (46) y El Comercio (39). Esta tríada sugiere que el Rolexgate funcionó como *issue valence* transversal (Stokes, 1963), capaz de alinear rutinas editoriales diversas en torno a un mismo foco de controversia.

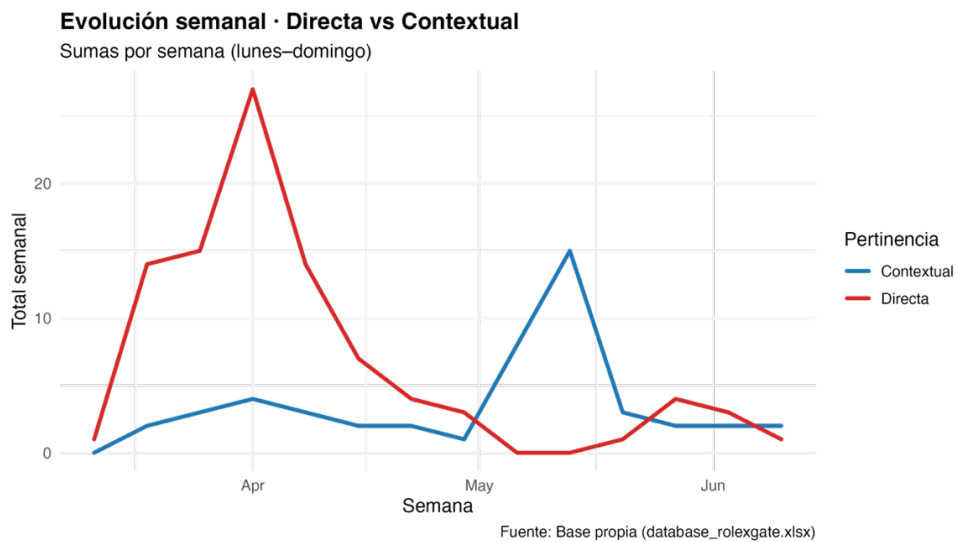
La distribución del tipo de presencia de la noticia en tapa confirma la alta centralidad inicial: 70 notas fueron principales (nota principal de la portada del periódico), apenas 5 secundarias y 68 noticias en tercer lugar de jerarquía. De esta manera, se observa un ciclo típico de escándalo mediatizado: irrupción con gran jerarquía en portada, seguida por una serialización de arrastre en espacios de menor prominencia, concordante con la literatura sobre mediatización y dramatización de escándalos (Cepernich, 2008; Thompson, 2000, 2003): primero se moraliza y se fija el “paisaje de inmoralidad”; luego se administra el go-teo de hallazgos, reacciones, defensas y consecuencias.

Los picos de cobertura coinciden con los hitos de la cronología del escándalo: (a) Destape del escándalo el 14 de marzo en la Encerrona y silencio inicial; (b) Allanamiento al domicilio privado de la Presidenta del 29–30 de marzo; (c) Declaración pública del 5 de abril, en el que la mandataria da un giro hacia la narrativa del “préstamo”; y (d) Acusación fiscal contra la Presidenta a fines de mayo.



Como señala Entman (1993, 2012), la falta de un marco alternativo temprano y creíble amplificó la “cascada de encuadres” adversos y habilitó la serialización en los días posteriores. El *stonewalling* inicial “hablaré solo ante la Fiscalía” nutrió el *feeding frenzy* y sostuvo la prominencia en portada antes de decantar en notas de seguimiento. Es decir, se generó una dinámica de cacería o hiper-cobertura competitiva en la que los medios se abalanzaban simultáneamente sobre la misma historia, elevando el volumen, la negatividad y la repetición de contenidos; el tema “se come” la agenda, marcando el paso de un periodismo de vigilancia a uno de ataque y competencia (Sabato, 1991).

La crisis reputacional desatada por el escándalo propició la visibilidad de otros escándalos que involucraban a la presidenta, que se vinculaban con el *frame* del Rolexgate, aunque se trataran de otros tipos de escándalos, como la relación de Boluarte con la detención de su hermano, sus ataques a la DIVIAC, sus relaciones con los fiscales del caso, las denuncias de enriquecimiento ilícito, los escándalos de Wilfredo Ocorima, etc. Esto se ve reflejado en el crecimiento de las noticias contextuales adversas de otros escándalos que involucraban a la Presidenta de forma directa y/o indirecta.



4.3. Encuadre mediático del escándalo

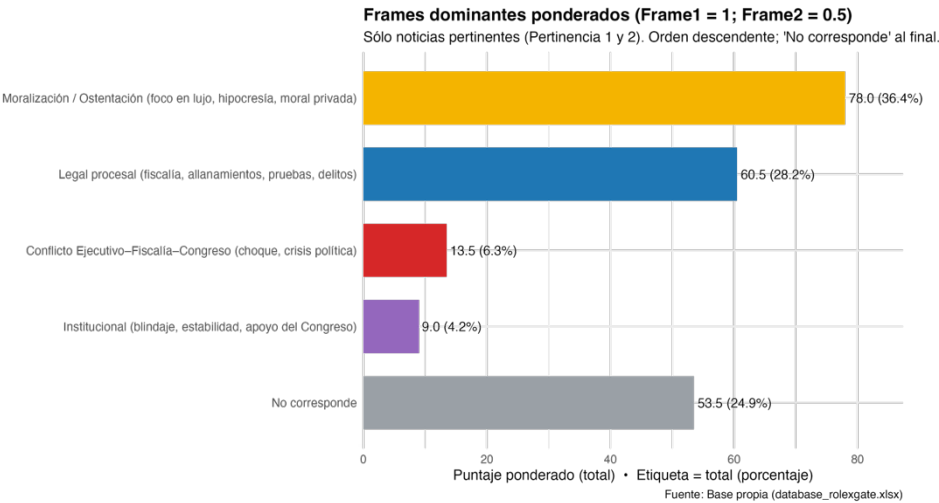
El tono de la cobertura mediática hacia la presidenta es abrumadoramente crítico con un 84,6% del total de las noticias (lo que equivale a 121 notas), 14% neutras (20) y 1,4% favorables (2). Este sesgo no se explica solo por predisposición editorial, ya que responde a la secuencia defensiva de la negación inicial (“fruto de mi esfuerzo/una reliquia”), al silencio

explícito posterior y a la admisión tardía de “préstamo”. La inconsistencia temporal y el cambio de estrategia bajo evidencia creciente agravan el daño y desencadenan un “segundo agravio” por falta de honestidad (Benoit, 1997b, 2015), o escándalos de segundo orden (Thompson, 2000), lo que refuerza el tono crítico sostenido.

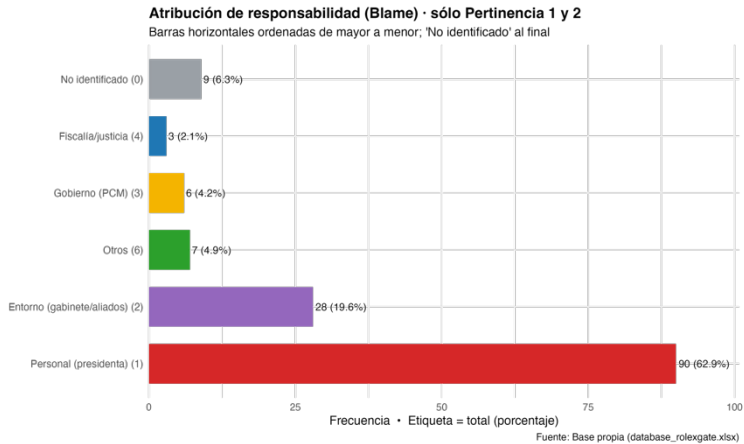
A partir de la clasificación de los *frames* mediáticos, el encuadre moralizante (centrado en la ostentación con foco en lujo, hipocresía, moral privada) concentra el 36,4% de las noticias, seguido por el *frame* legal-procesal (acciones o denuncias de la fiscalía, allanamientos, pruebas, delitos) con un 28,2%. Los marcos centrados en el conflicto entre el Poder Ejecutivo, la Fiscalía (Poder Judicial) y el Congreso de la República llegan al 6,3% y el encuadre centrado en el blindaje institucional alcanza 4,2%, mostrando un rol secundario.

La predominancia del *frame* moralizante es propia de los escándalos privados (a diferencia de los escándalos de corrupción asociados al marco legal judicial o los escándalos de abuso de poder relacionados a los conflictos entre el Poder Ejecutivo, el Legislativo y el Judicial), lo cual indica un claro proceso de individualización y de estigmatización personal para Boluarte.

Asimismo, el impacto visual de la presencia de lujo ancló la lectura pública del caso, lo cual es coherente con el hallazgo experimental de que las imágenes arrastran intenciones punitivas aun cuando la narrativa textual procure judicializar o normativizar el debate (Von Sikorski & Ludwig, 2018). La propia puesta en escena presidencial, sus mensajes a la Nación mostrando sus joyas personales, reforzaron ese anclaje, poniendo el foco en los objetos personales y las marcas de los mismos, en lugar de desplazarlo hacia la discusión institucional o la confrontación con los medios de comunicación.



En cuanto a la atribución de responsabilidad se observa una clara personalización, ya que el 62,9% de las piezas atribuyen responsabilidad directa a la presidenta, frente a 19,6% al entorno, sobre todo contra el gobernador Ocorima luego de la transferencia de responsabilidad operada por la presidenta Boluarte al reconocer que se trataba de un préstamo personal del gobernador. En porcentajes marginales aparece la atribución de responsabilidad al Gobierno en su conjunto y a la Presidencia del Consejo de Ministros (4,9%), a la Fiscalía (2,1%) u otros. La atribución de responsabilidad directa hacia la presidenta significa que la transgresión se lee como dependiente del propio agente (Cucchi et al., 2021; Cucchi & Cavazza, 2021).



El silencio y las versiones contradictorias generaron un vacío comunicacional que la prensa ocupó con *frames* moralizantes, confirmando que quien define primero, encuadra mejor la discusión (Entman, 1993, 2012; Entman & Stonbely, 2018) y el *stonewalling* presidencial alimentó las coberturas adversariales y los efectos de *feeding frenzies* mediáticos (Basinger & Rottinghaus, 2012b).

Asimismo, la personalización del blame (62,9%) y el tono crítico (84,6%) son consistentes con la literatura sobre *backlash* ante conductas defensivas percibidas como frías (silencio y contradicción) o confrontacionales en liderazgos femeninos. Dado que la narrativa mediática subrayó la posesión y el uso personal de las joyas y el silencio deliberado ante la ciudadanía, se configuró un trípode punitivo (ostentación más atribución personal y baja legitimidad) que explica la persistencia del encuadre adverso.

4.4. Cobertura de imagen

Los cinco indicadores visuales analizados (tonalidad de la imagen, aislamiento de la figura presidencial, presencia de iconografía de lujo, marcas de género en el texto, y gesto pre-

dominante) permiten inferir cómo la dimensión icónica sostuvo el encuadre de responsabilidad y ostentación observado en el caso. En síntesis, predominan el aislamiento (74,1%) y los gestos defensivos (55,6%), con casi la mitad de las fotografías en fondos oscuros (42,1%) y una presencia relevante de iconografía de lujo (45,6%); mientras que se observan bajas marcas de género explícitas en la prensa analizada (12,1%).

4.4.1. Aislamiento y “economía visual de la culpa”

El 74,1% de las fotos muestra a la mandataria aislada, con apenas un 5,2% de registros en los que aparece acompañada y un 20,7% parcialmente acompañada. Este patrón se alinea con la evidencia experimental de von Sikorski y Ludwig (2018): la visualización del político sin *entourage* en espacios vacíos incrementa percepciones de culpabilidad y preferencias punitivas, incluso si el texto asociado es neutro o técnicamente exculpatorio. La imagen hace más accesibles y aplicables juicios morales, arrastrando intenciones conductuales (demanda de castigo, renuncia), mientras el texto guía juicios explícitos (“Culpable”, “Mentirosa”). El sesgo hacia el aislamiento observado aquí, por tanto, trabaja a favor de la culpabilización y refuerza la serialización, aun en ausencia de “pruebas” nuevas.

Desde la teoría IRT, el aislamiento visual dificulta estrategias de *bolstering* o *transcendence* (Benoit, 1997; 2015), porque erosiona las claves de apoyo social e institucionalidad que esas tácticas buscan construir. A diferencia de las cadenas oficiales con ministros (que intentaron “poblar” el cuadro visual), los medios la mostraron en imágenes asiladas en sus portadas, de modo que el registro editorial dominante no acompañó la performatividad televisiva de respaldo (Bianculli, 2000; Ellis, 2000a).

Mensaje a la Nación del 30 de marzo 2024:



ESPECIAL | Calificó medida como “arbitraria, desproporcionada y abusiva” - PÁGINAS 4-9-
CRISIS EN EL EJECUTIVO



4.4.2. Gesto predominante: la “defensiva” como llave interpretativa

El gesto defensivo es el predominante (55,6%), por encima de control/autoridad (27,8%) y neutralidad (16,7%). La quinesia defensiva (mirada elusiva, brazos en cierre, postura replegada) codifica vulnerabilidad, repliegue o asedio, y congela el encuadre en modo crisis, coherente con una secuencia de negación y del silencio. En clave psico-cognitiva, emparejar imagen “defensiva” más “aislamiento” eleva la probabilidad de enojo del público y, con ello, las preferencias punitivas (Kepplinger et al., 2012; Powell et al., 2015).

Para liderazgos femeninos, las señales frías o confrontacionales tienden a gatillar *backlash* por incongruencia de rol; cuando además la audiencia atribuye control interno a la transgresión, las sanciones son aún más severas (Cucchi & Cavazza, 2017; Guidetti et al., 2023). Así, una iconografía corporal defensiva puede potenciar la lectura de falta de honestidad ya activada por la inconsistencia verbal (cambio de las versiones), obstaculizando la eficacia de tácticas posteriores de mortificación o acción correctiva (Benoit, 2006).



La presidenta ha ostentado relojes de alta gama en diversas actividades oficiales.

DEBERÁ EXPLICAR PROCEDENCIA

Fiscalía inicia diligencias preliminares a Boluarte por relojes Rolex

Causas. Medida es por presunción del delito de enriquecimiento ilícito y "omisión de consignar declaración endocumentos".

TEMA DEL DÍA | Decisión de la Fiscalía de la Nación PÁGINAS 2

Presentan denuncia constitucional contra Boluarte por Caso Rolex

El segundo. MP sindicó a la presidenta de presunto cohecho pasivo impropio (soborno). El nuevo proceso contra la jefa del Estado se suma al de las muertes en las protestas del 2022-2023.



Recibió tres relojes de Ocorima.

Dictamen. La Junta de Fiscales Supremos dispone que Juan Carlos Villena continúe como fiscal de la Nación interino hasta que se resuelva la situación de Patricia Benavides en la JNJ.

4.4.3. Tonalidad del fondo

En cuanto a la tonalidad de las imágenes se observa un mayor uso de fondos claros en el 54,4% de las fotos y oscuros en 42,1% (y 3,5% sin definición). Si bien los fondos claros tienden a atenuar actitudes negativas y demandas de castigo respecto de los oscuros (von Sikorski, 2018), en este corpus su efecto mitigador queda neutralizado por la combinación de aislamiento y gesto defensivo. En otras palabras, la luminancia por sí sola no “rescata” la imagen cuando otras claves visuales anclan culpabilidad. El peso de la imagen es configuracional y pequeños ajustes estéticos no revierten un anclaje moral fuerte.

TEMA DEL DÍA | Afirma que fue un error haber aceptado PÁGINAS 4-5

Boluarte dice ahora que Ocorima le prestó los tres relojes Rolex



La mandataria dijo que ya le devolvió los relojes a su amigo el gobernador regional de Ayacucho.

Da su versión. La presidenta declaró ante la fiscalía y mostró a la prensa todas las joyas que utiliza, las cuales, según indicó, no son de marcas de lujo.

Detalles. La jefa del Estado negó poseer una pulsera Cartier y precisó que el reloj que calificó “de antaño” lo compró hace dos años en Suiza.



EN PORTADA → 2-3

Dina Boluarte obligada a responder sobre todas las joyas

El viernes 5, ante el Ministerio Público.

4.4.4. Iconografía de lujo: del objeto a la atmósfera moralizante

La iconografía de lujo (relojes, pulseras, caja fuerte, certificados de originalidad) aparece en el 45,6% de las fotos (frente a 54,4% de ausencia). A partir de ello, se señalan dos implicancias. La primera es que la ostentación no necesita estar siempre “en cuadro” para sostener

el marco moralizante: una vez fijada la “prueba moral” en la fase inicial (close-ups de relojes/joyas), otros recursos icónicos (aislamiento, defensiva, fondos oscuros) mantienen el clima de reprobación aun cuando el objeto no se muestre. La segunda es que la intermitencia del lujo muestra que la serialización de las portadas transita desde la prueba-objeto (los relojes) hacia imágenes de culpa, sin abandonar el anclaje moral original; ello concuerda con la dinámica de los escándalos señalada previamente.



4.4.5. Marcas de género

Solo 12,1% de las noticias con foto exhiben marcas de género en el texto. Lejos de implicar “neutralidad de género”, este dato convive con los mecanismos implícitos de estándares diferenciados por género (*shifting standards*), violación de expectativas y *backlash* (Cucchi & Cavazza, 2021; Prémont & Millette, 2023). La codificación visual (lujo, defensiva, aislamiento) puede activar estereotipos sin necesidad de rótulos explícitos; por ejemplo, el énfasis en joyas personales refuerza la personalización del reproche y eleva el umbral de rectitud exigido a una lideresa, en especial cuando la atribución de responsabilidad individual ya está instalada. Asimismo, la vanidad, la superficialidad, y la ostentación son atributos y rótulos con connotaciones negativas con sesgo de género.

Si bien en los medios gráficos tradicionales, las marcas de género tuvieron baja presencia explícita como indicador aislado, en las redes sociales, este componente fue más explícito con fuerte incidencia en la discusión pública, como la canción que el *influencer* peruano Tito Silva generó a partir del caso Rolex y que llegó a más de 3.5 millones de reproducciones⁷.

⁷ Referencia: <https://www.tiktok.com/@titosilvamusic/video/7348672401191783685?lang=es> Ver otros ejemplos de repercusiones de alta visibilidad en redes sociales (Tik Tok) en Anexo.

La combinación de aislamiento con posturas defensivas y uso de tonalidad oscura acentuó la lectura de culpabilidad. En términos de diseño estratégico, producir contra-imágenes creíbles (acompañamiento, servicio, reparación, luminosidad) desde el inicio habría sido condición necesaria, aunque no suficiente, para reposicionar el caso (Benoit, 2015).

La escasez de marcas textuales de género no neutraliza los efectos diferenciales: el andamiaje visual favorece inferencias congruentes con la literatura sobre estándares desplazados y *backlash* (Cucchi & Cavazza, 2021; Prémont & Millette, 2023).

Declaraciones 15 de marzo 2024 a la prensa:



Recepción en diario 16 de marzo de 2024 (Perú21):



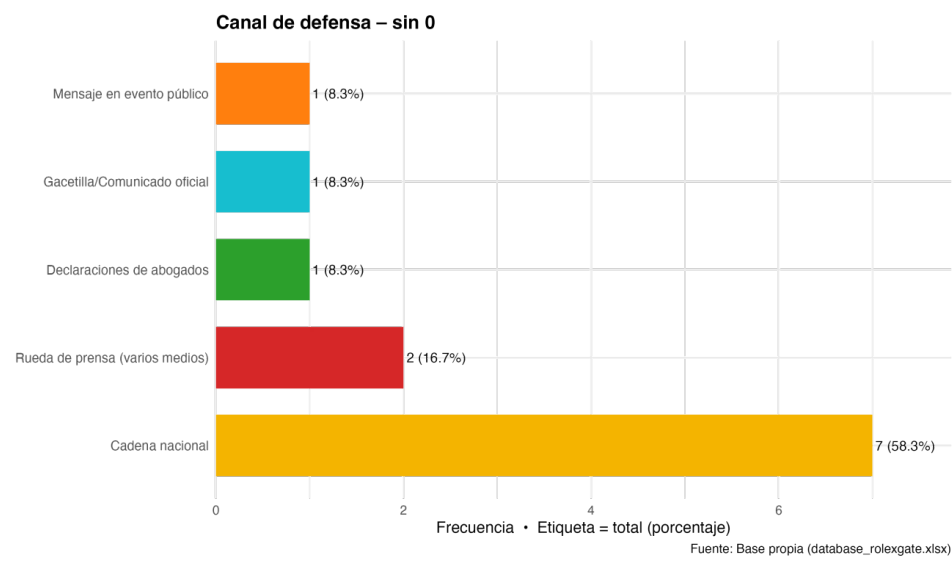
4.5. Estrategias de defensa

Los cuatro resultados presentados en esta sección (canales utilizados, fuentes emisoras, tono pragmático y macro-estrategias IRT) permiten cruzar la cronología del caso con la

literatura sobre reparación de imagen, *stonewalling* y los encuadres mediáticos. En términos generales, se puede destacar la centralidad de la presidenta como vocera, el uso predominante de cadenas nacionales, el uso del silencio/*stonewalling* y la contradicción de las versiones.

4.5.1. Canal de defensa

El gráfico muestra que los medios gráficos analizados se hicieron eco en mayor medida de las cadenas nacionales (mensajes a la Nación) como la vía dominante, seguidas por ruedas de prensa y, muy por detrás, comunicados, declaraciones de abogados y mensajes en actividades públicas.



Este repertorio dialoga con tres momentos de la cronología:

- 15/03: Primer *statement* en la rueda de prensa tras el evento deportivo (“fruto de mi esfuerzo”, “reliquia”, “tema personal”).
- 22/03: Pronunciamiento junto a su gabinete.
- 30/03 y 05/04: Dos mensajes a la Nación que pivotan desde la victimización institucional al giro del “préstamo” de Ocorima.

La apuesta por el ritual televisivo mostró la performatividad del *witnessing* en búsqueda de escenificar autoridad y respaldos (Bianculli, 2000; Ellis, 2000b) y con el uso de las tácticas IRT tipo *bolstering/transcendence* (Benoit, 2015). En la IRT, ambas tácticas buscan la “reducción de la ofensividad” por medio de los siguientes procesos:

Bolstering: Se busca resaltar los atributos positivos del emisor, sus valores, méritos o logros para sumar información favorable que compense la ofensa percibida (Benoit, 1997a, 2015).

- “Trabajo desde mis 18 años... he entrado a Palacio con las manos limpias y saldré con las manos limpias”.
- “Mujer andina... vengo de una familia honorable... no le estoy robando un sol al pueblo peruano”.
- “manos limpias”, “madre de familia”, “gobierno de hechos”.

Transcendence: Se busca reencuadrar el acto dentro de fines superiores, de modo que se juzgue con un criterio moral más amplio que atenúe la falta concreta. (Benoit, 1997/2015).

- El allanamiento se presenta como “ataque a la democracia” y a la gobernabilidad del país. Se convoca a “defender la institucionalidad”.
- “Acepté el préstamo para representar bien al país... ya lo devolví”.
Justificación por finalidad patriótica y acción correctiva auxiliar.

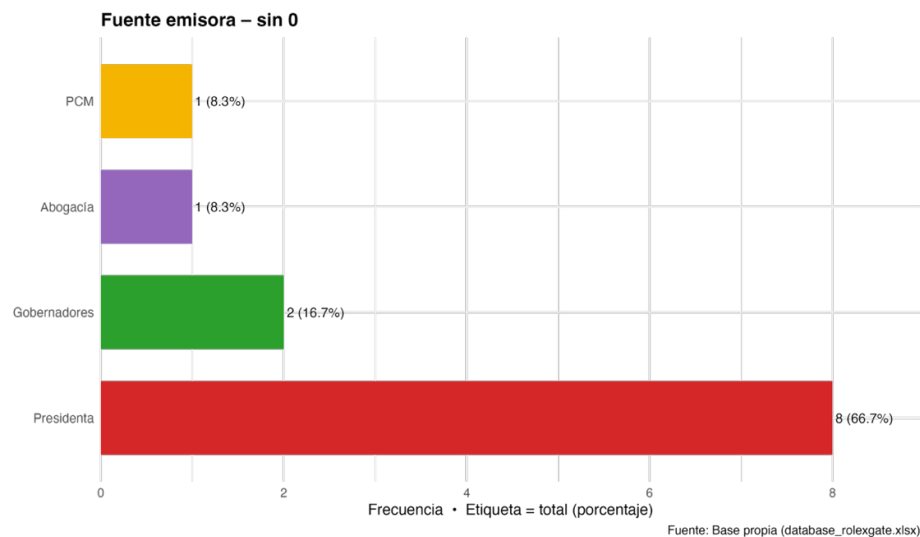
Sin embargo, al no aportar información verificable (o verosímil) ni mortificación, esos mensajes no logran funcionar como “contra-imágenes” al encuadre mediático, por el contrario, opera como amplificador de expectativas insatisfechas (la noticia era el silencio, las evasivas o la pretensión de escenificar autoridad de la presidencia). En línea con Entman (2012), el vacío sustantivo alimenta la adversarialidad mediática. Este efecto fue visible en la fuerte presencia de la temática en las portadas y el tono crítico de los encuadres, y se agravó por la iconografía de aislamiento y gesto defensivo que la prensa reprodujo en portada, aun cuando la Presidencia se rodeó del gabinete en TV.

Cuando la dramatización del escándalo descansa en pruebas visuales fuertes (relojes, joyas), los mensajes sin acción correctiva no revierten el impacto estigmatizante (Powell et al., 2015; Von Sikorski & Ludwig, 2018).

4.5.2. Fuente emisora

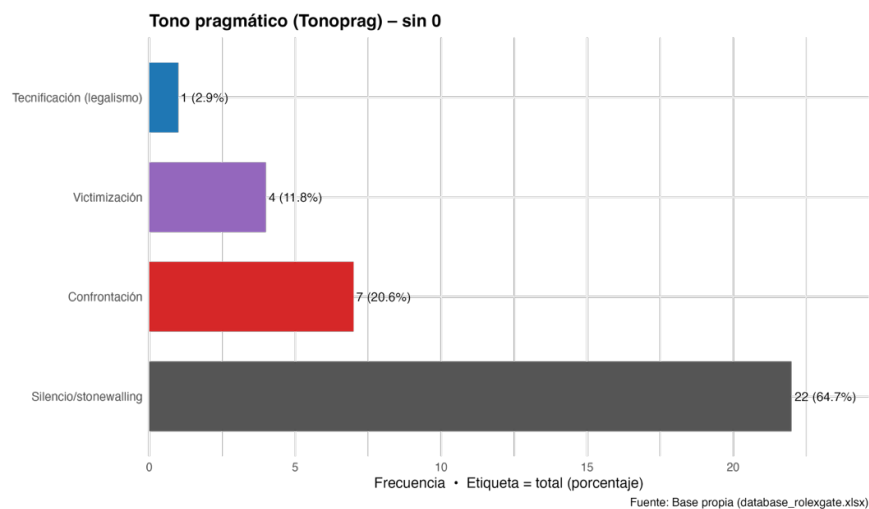
La presidenta concentra dos tercios de las defensas; le siguen, a distancia, gobernadores (Wilfredo Ocorima, pero también Cesar Acuña – presidente de APP, partido de apoyo en el Congreso y gobernador de La Libertad), abogacía y PCM. Esta personalización de la vocería refuerza el *blame* ya personalizado (63% de atribución de responsabilidad directa), cerrando el círculo entre quien habla y quien es considerada responsable. Desde la teoría IRT, que el principal implicado tome la palabra puede facilitar la salida de las crisis reputacionales; pero aquí no hubo admisión de responsabilidad, ni disculpas, sino negación y versiones cambiantes, lo que, según Benoit, 2006 genera un “segundo agravio” de credi-

bilidad. Además, la activación del co-protagonista (Oscorima) como voz defensiva terminó reencuadrando el caso hacia la hipótesis de cohecho (fase de judicialización a fines de mayo), profundizando la serialización mediática.



4.5.3. Tono pragmático

El tono predominante es el silencio/*stonewalling* (“hablaré solo ante la Fiscalía”, “se trata de un ataque sistemático”, “hay manos negras”, “cortinas de humo”, “quien vendió la historia de los relojes lo sabe porque me conoce”). Tras el destape del escándalo y después del allanamiento, la defensa dilata definiciones y traslada el locus de respuesta a la esfera judicial; sólo el 5 de abril introduce una narrativa alternativa.



Pronunciamento y conferencia de prensa del 22 de marzo de 2024:



Recepción en diario 23 de marzo de 2024 (La República):



Por último, los ataques a la prensa no significaron ningún “dividendo del mentiroso”. Como señala Schiff et al., (2024) la acusación a la prensa de ser tendenciosa o de instalar fake news puede amortiguar el impacto reputacional de la denuncia entre las audiencias afines, pero pierde eficacia cuando hay evidencia visual y una base de apoyo muy baja, dos rasgos centrales en este caso. Por estos motivos, la confrontación y victimización de los “ataques de la prensa” no revirtieron el clima adverso, sino que lo profundizaron. Por el contrario, la prensa utilizó el silencio de la presidenta, y las medidas de seguridad para

aislarla del contacto con los periodistas, como una prueba del autoritarismo y “frialidad” de la mandataria.



En silencio y con francotiradores

Dina Boluarte ofreció hablar con la prensa cuando tenga tiempo y nuevamente impidió la cobertura mediante el acordonamiento de la zona destinada a los reporteros. En la ceremonia escolar en la que participó, se pudo apreciar la presencia de francotiradores destinados a su protección. El Consejo de la Prensa rechaza, en su informe de mayo, el encierro sufrido por los periodistas en una visita de la mandataria al COEN.



Sin prensa

La presidenta Boluarte, que ya tiene 56 días sin responder a la prensa, decidió ayer participar en el simulacro 2024 desde el COEN. Para no cruzarse con los periodistas, se optó por encerrarlos en una sala de lunas. Un enorme equipo de seguridad corrió accesos e impidió el libre ejercicio de la labor, pese a que desde el mismo Palacio de Gobierno se había convocado a los medios para la cobertura.

4.5.4. Uno de las macro-estrategias IRT

La evidencia muestra que la presidenta utiliza una combinación “tóxica” de las estrategias IRT de Benoit (1997, 2012) y exhibe cuatro rasgos destacados:

Uso de la negación (52.2%): Según IRT, negar bajo evidencia creciente y cambiar de versión agrava el daño (Benoit, 2006), abre escándalos de segundo orden (Thompson, 2000) y desplaza el problema hacia la veracidad.

- 15/03: “reliquia”, “fruto de mi esfuerzo”, “tema personal”.
- 22/03–30/03: negación de irregularidades y silencio estratégico.
- 05/04: negación del valor de las joyas (bisutería) y del carácter de propiedad.

Reducción de ofensividad (21.7%): Uso de las tácticas de *bolstering*, minimización, y de ataque al acusador. Estos recursos no superaron el anclaje visual de lujo ni la serialización ni el encuadre previo (Powell et al., 2015; von Sikorski & Ludwig, 2018).

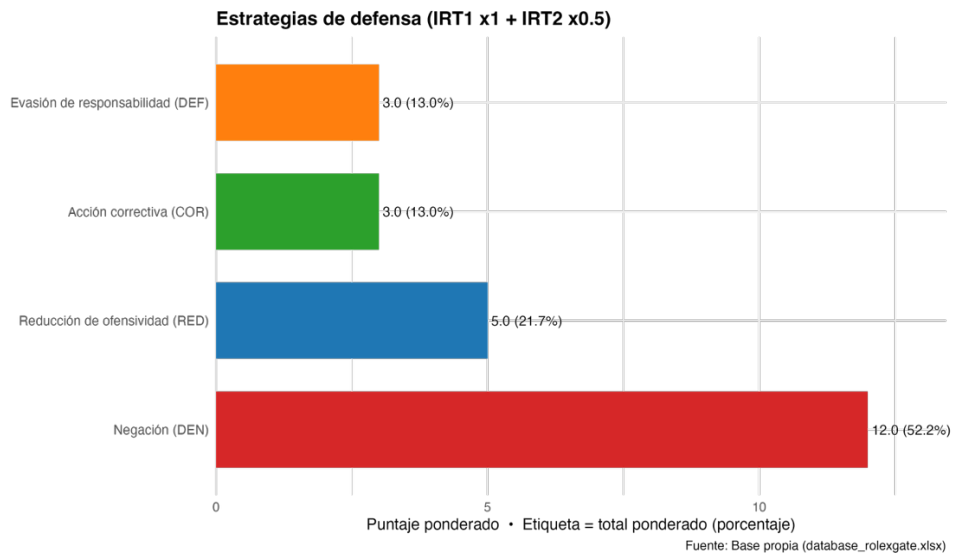
- “Representar bien al país” (05/04)
- “cortinas de humo”, “manos negras” y cuestionamientos a la prensa y Fiscalía

Evasión de responsabilidad (13%): Tal desvío confirma *blame avoidance* (Hansson, 2018), pero no corrige el núcleo moral del caso.

- 05/04: Atribuir la demora comunicacional al abogado Castañeda.
- 05/04: Atribuir la propiedad del reloj al gobernador Ocorima.

Acción correctiva (13%): El uso de esta táctica sin admisión, ni mortificación, y tras negaciones previas, hace que el correctivo pierda credibilidad (Benoit, 2006)

- 05/04: “Ya los devolví” respecto de los relojes.



En síntesis, el tránsito del mérito privado hacia el silencio y la victimización y finalmente la admisión del “préstamo” generó un trayecto de pérdida de reputación acelerado, afectado por la evidencia icónica y la atribución interna de control (Benoit, 2006; Entman, 2012). Asimismo, la falta de mortificación impidió la “salida ritual” que suele frenar la espiral (Benoit, 2015).

Las imágenes asociadas al lujo y fotografías de aislamiento y en posición defensiva hacían necesario que la estrategia de defensa generara contra-imágenes de servicio y acompañamiento con luminosidad sostenida (Powell et al., 2015; von Sikorski, 2018), que pese a los intentos de generarlas no fueron reproducidas por la prensa. En el plano del género, la combinación ostentación, con control interno, más señales frías elevó el castigo a una mujer líder (Cucchi & Cavazza, 2021; Guidetti et al., 2023), y las auto-marcas (“mujer andina”, “madre de familia”) que buscaron alinear expectativas comunales resultaron inconsistentes con la narrativa, lo que finalmente restó credibilidad.

El predominio de la negación y el *stonewalling* explica la persistencia del encuadre moralizante y el tono crítico y se refleja en la caída de aprobación y en la expansión a “escándalos de arrastre” (portadas contextuales). En términos de *best practices* IRT, la ventana óptima para la utilización de la admisión y la acción correctiva verificable se cerró entre el 15/03 y el 30/03. Luego de ese período, en el que se optó por el silencio, cada nueva comunicación sin accountability agravó la crisis reputacional.

5. Discusión

El escándalo de los Rolex confirma que, cuando la acusación se apalanca en imágenes icónicas de lujo, la economía visual del escándalo establece el juicio moral por encima del contrapunto técnico o legal. En las portadas de los diarios, el aislamiento de la figura presidencial, la gestualidad defensiva y una presencia relevante de fondos oscuros reforzaron la atribución de responsabilidad y la demanda de castigo aun en ausencia del objeto en cuadro (el efecto de la iconografía de lujo se vuelve “atmosférico” tras fijarse como “prueba”). Esta estructura empírica es consistente con la evidencia experimental que muestra que la imagen arrastra con fuerza las intenciones punitivas, incluso si el texto intenta neutralizarla (Powell et al., 2015; von Sikorski, 2018; von Sikorski & Ludwig, 2018).

En ese terreno adverso, el gobierno apostó por generar contra-imágenes televisivas fuertemente institucionalizadas: Mensajes a la Nación desde Palacio de Gobierno con gabinete alineado y simbología nacionalista. Escenográficamente respondían a las tácticas IRT de bolstering y transcendence, pero su rendimiento dependía de la congruencia y su uso oportuno dentro de la cronología temporal. Aquí, la elección del canal y la expectativa social que genera, sin información verificable ni mortificación, se convirtió en noticia negativa en sí misma: el público esperaba precisiones; recibió ritualidad y promesas de hablar “solo ante la Fiscalía”. La consecuencia fue reforzar el *feeding frenzy* y la “cascada de encuadres” adversos observados en los picos de cobertura y el tono crítico abrumador (84,6%) con encuadre moralizante dominante (36,4%) y atribución directa a la presidenta (62,9%).

La institucionalización de la crisis como “ataque a la democracia”, tras el allanamiento a su domicilio en la madrugada del 30 de marzo, en su mensaje presidencial, desplazó el conflicto del plano moral al constitucional. Ese movimiento buscó blindaje y horizonte de gobernabilidad, pero no reparó la confianza: antes bien, habilitó la expansión de la crisis a la arena judicial (Fiscalía, denuncia constitucional) y al Congreso, prolongando el ciclo de costos simbólicos y políticos.

El intento de “elear” la disputa produjo un desajuste de niveles: mientras la defensa pedía leer el caso como pulseada institucional, el público y la prensa seguían moralizando con base en imágenes (ostentación, aislamiento) y contradicciones públicas de la misma presidenta.

El giro del 5 de abril es decisivo para entender por qué las contra-imágenes resultaron improductivas. Ese día, la presidenta admitió que los relojes no eran suyos y reconoció el error de haberlos aceptado “en calidad de préstamo” por parte del gobernador Wilfredo Ocorima, afirmando haberlos devuelto. Pero no aceptó el error de la mentira previa (“reliquia”, “de antaño”) ni pidió disculpas por ello, por lo que hubo una acción correctiva sin mortificación. En términos IRT, esa asimetría cierra la puerta a la “salida ritual” que suele frenar la espiral reputacional (Benoit, 2015) y desplaza el foco del hecho material a la credibilidad del líder, creando escándalos de segundo orden más costosos que el inicial (Thompson, 2000).

Tampoco funcionó el “dividendo del mentiroso”; esto es, que el hecho de acusar a la prensa de sesgo o de publicar *fake news* pueda amortiguar el impacto negativo en grupos más afines políticamente (Schiff et al., 2024). En realidad, la contundente evidencia visual y una base de apoyo en la opinión pública muy baja generaron el efecto contrario. Precisamente ese fue el contexto: mínimos históricos de aprobación (5% en junio de 2024), amplia aprobación del allanamiento y percepciones mayoritarias de obstrucción (Ipsos, 2024). La confrontación y victimización no revirtió el clima adverso, sino que, por el contrario, lo profundizó.

En clave de género, la defensa usó el género más que la prensa, con apelaciones a ser “mujer andina”, “madre de familia” y a posibles sesgos sexistas, frente a una prensa gráfica con bajas marcas textuales de género (12,1%) pero con claves visuales que activaban estándares desplazados y *backlash* (aislamiento, defensiva, lujo). La incongruencia entre esas apelaciones y las decisiones adoptadas operó como un *boomerang*: no atenuó el reproche y, en cambio, convivió con evaluaciones de carácter (frialidad, falta de honestidad) asociadas a mayores sanciones para liderazgos femeninos cuando la responsabilidad se percibe interna (Cucchi et al., 2021; Cucchi & Cavazza, 2021; Guidetti et al., 2023).

6. Conclusiones

El Rolexgate muestra, con una nitidez inusual, que en escándalos políticos anclados en imágenes de lujo, la gestión visual de la defensa no es una cuestión accesorio, ya que define las responsabilidades percibidas, las emociones y los reclamos de castigos.

Si bien el gobierno de Boluarte produjo contra-imágenes de autoridad y de respaldo, al hacerlo sobre una estrategia de defensa débil, cambiante, carente de pruebas, sin mortificación, ni correctivos verificables; esas puestas en escena resultaron estériles y, en momentos, contraproducentes.

Tras meses de desgaste, la presidenta tuvo que admitir que los relojes no eran suyos, sino un préstamo, y reconocer el error de haberlos aceptado; pero no reconoció el error de la mentira, por lo que no hubo un pedido de disculpas pleno, y la espiral reputacional no se contuvo.

La decisión de institucionalizar la crisis como un ataque a la democracia trasladó la disputa al terreno constitucional, alargando su ciclo de la crisis y ampliando sus costos reputacionales.

En suma, la crisis fue agravada más por la propia estrategia de defensa que por las revelaciones periodísticas, con claras evidencias de escándalos de segundo orden. En clave de política comunicacional, el caso sugiere cuatro aprendizajes:

- a. Frente a pruebas visuales fuertes, la admisión temprana y la mortificación con medidas correctivas verificables rinden mejor que la negación y la victimización (Benoit, 2015).
- b. Las respuestas eficaces requieren del componente visual, (acompañamiento, autoridad, austeridad, luminosidad sostenida, comunidad, etc.) y este debe ser coherente con la estrategia discursiva (Powell et al., 2015; von Sikorski, 2018).
- c. En liderazgos femeninos, el uso identitario del género solo ayuda si es congruente con la conducta adoptada; de lo contrario, genera *backlash* (Cucchi & Cavazza, 2021; Guidetti et al., 2023).
- d. Por último, lo más importante en una crisis es salir de ella lo antes posible evitando dilatar los tiempos. Cuando más se prolongue el silencio, más costosa es en términos reputacionales la salida en escándalos presidenciales (Basinger & Rottinghaus, 2012b).

Para futuras gestiones de crisis políticas reputacionales, la ruta eficiente en escándalos con componentes visuales probatorios fuertes exige la admisión temprana de la responsabilidad, la disculpa explícita y las medidas correctivas verificables, acompañadas de un uso eficiente de contra-imágenes y de marcas de género coherentes y sostenidas en el tiempo. Todo lo demás, en contextos de baja legitimidad, tiende a profundizar la espiral del daño reputacional.

7. Referencias⁸

- Basinger, S. J., & Rottinghaus, B.** (2012a). Skeletons in White House closets: A discussion of modern presidential scandals. *Political Science Quarterly*, 127(2), 213–239. <https://doi.org/10.1002/j.1538-165X.2012.tb00725.x>
- Basinger, S. J., & Rottinghaus, B.** (2012b). Stonewalling and Suspicion during Presidential Scandals. *Political Research Quarterly*, 65(2), 290–302. <https://doi.org/10.1177/1065912911401416>
- Benoit, W. L.** (1997a,b). Image Repair Discourse and Crisis Communication. *Public Relations Review*, 23(2), 177–186.
- Benoit, W. L.** (2006a). Image repair in President Bush's April 2004 news conference. *Public Relations Review*, 32(2), 137–143. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2006.02.025>
- Benoit, W. L.** (2006b). President bush's image repair effort on meet the press: The complexities of defeasibility. *Journal of Applied Communication Research*, 34(3), 285–306. <https://doi.org/10.1080/00909880600771635>
- Benoit, W. L.** (2014). President Barack Obama's image repair on HealthCare.gov. *Public Relations Review*, 40(5), 733–738. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2014.07.003>
- Benoit, W. L.** (2015). *Accounts, Excuses, and Apologies* (2nd ed.). SUNY Press.
- Benoit, W. L.** (2016). Barack Obama's 2008 speech on Reverend Wright: Defending self and others. *Public Relations Review*, 42(5), 843–848. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2016.09.003>
- Bianculli, D.** (2000). *Teleliteracy. Taking Television Seriously*. Syracuse University Press.
- Canel, M. J., & Sanders, K.** (2005). El poder de los medios en los escándalos políticos: la fuerza simbólica de la noticia icono. *Anàlisi*, 32, 163–178.
- Cepernich, C.** (2008). Landscapes of immorality: Scandals in the Italian press (1998–2006). *Perspectives on European Politics and Society*, 9(1), 95–109. <https://doi.org/10.1080/15705850701825568>
- Cucchi, S., & Cavazza, N.** (2017). SCANDALI POLITICI E OPINIONE PUBBLICA: IMPATTO E STRATEGIE DI RIPRISTINO DELLA REPUTAZIONE. In *Giornale Italiano di Psicologia* (Vol. 44, Issue 3, pp. 727–758). Società Editrice il Mulino. <https://doi.org/10.1421/88384>
- Cucchi, S., & Cavazza, N.** (2021). More guilty if woman: The role of gender and causal attribution in political scandals' impact. *Journal of Social Psychology*, 161(2), 173–181. <https://doi.org/10.1080/00224545.2020.1779641>
- Cucchi, S., Graziani, A. R., Guidetti, M., & Cavazza, N.** (2021). Men and women defending themselves from political scandals: Gender stereotypes and proneness to forgive scandalous politicians. *International Review of Social Psychology*, 34(1). <https://doi.org/10.5334/irsp.463>
- Dvorak, J.** (2024). Outrage, Solidarity, Counterattack. *Medijske Studije*, 14(28), 28–48. <https://doi.org/10.20901/ms.14.28.3>
- Ellis, J.** (2000a). *Seeing things: Television in the age of uncertainty*. I.B. Tauris & Co Ltd.
- Ellis, J.** (2000b). *Seeing things: Television in the age of uncertainty*. I.B. Tauris.

⁸ Ver en Anexo 7: Fuentes periodísticas y documentos de contexto (para la cronología y el entorno mediático)

Entman, R. M. (1993). Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm. In *Journal of Communication* (Vol. 43, Issue 4).

Entman, R. M. (2012). *Scandal and Silence: Media Responses to Presidential Misconduct*. John Wiley & Sons, Inc.

Entman, R., & Stonbely, S. (2018). Blunders, Scandals, and Strategic Communication in U.S. Foreign Policy: Benghazi vs. 9/11. In *International Journal of Communication* (Vol. 12). <http://ijoc.org>.

Griffin Padgett, D. R. (2014). Framing Kwame Kilpatrick: Third-Party Response to the Text Message Scandal. *Communication Studies*, 65(3), 244–259. <https://doi.org/10.1080/10510974.2013.811432>

Guidetti, M., Graziani, A. R., Scaglioni, G., Cucchi, S., & Cavazza, N. (2023). When a Politician Disappoints: The Role of Gender Stereotypical Expectations in Post-Scandal Judgment. *Journal of Women, Politics and Policy*, 44(2), 245–256. <https://doi.org/10.1080/1554477X.2023.2165428>

Hansson, S. (2018). The discursive micro-politics of blame avoidance: unpacking the language of government blame games. *Policy Sciences*, 51(4), 545–564. <https://doi.org/10.1007/s11077-018-9335-3>

Ipsos. (2024). *Estudio de opinión. Informe de resultados*.

Jiménez, F. (1994). Posibilidades y límites del escándalo político como una forma de control social. *Reis*, 66, 7–36.

Jimenez, F., & Caínzos, M. (2004). La repercusión electoral de los escándalos políticos. Alcance y condiciones. *Revista Española de Ciencia Política*, 10, 141–170.

Kepplinger, H. M., Geiss, S., & Siebert, S. (2012). Framing Scandals: Cognitive and Emotional Media Effects. *Journal of Communication*, 62(4), 659–681. <https://doi.org/10.1111/j.1460-2466.2012.01653.x>

La República. (2024, March 30). *Mensaje a la Nación de Dina Boluarte tras allanamientos* | EN VIVO | #EnDirectoLR. <https://www.youtube.com/watch?v=VUS14S51ge4>.

Powell, T. E., Boomgaarden, H. G., De Swert, K., & de Vreese, C. H. (2015). A Clearer Picture: The Contribution of Visuals and Text to Framing Effects. *Journal of Communication*, 65(6), 997–1017. <https://doi.org/10.1111/jcom.12184>

Praino, R., & Stockemer, D. (2022). The Electoral Consequences of Scandals: A Meta-Analysis. *Parliamentary Affairs*, 75(3), 469–491. <https://doi.org/10.1093/pa/gsaa068>

Prémont, K., & Millette, A. (2023). ‘Accidental Celebrities’_Magazine Coverage of Women Involved in U.S. Presidential Scandals. *Media Studies*, 14(28), 70–88.

RPP Noticias. (2024, March 22). *Boluarte dice que “la verdad” sobre relojes la dirá ante Fiscalía y que no teme moción de vacancia* [Video YouTube]. <https://www.youtube.com/watch?v=2CkEFUlhKno>.

Sabato, L. J. (1991). *Feeding frenzy How attack journalism has transformed American Politics*. Free Press.

Schiff, K. J., Schiff, D. S., & Bueno, N. S. (2024). The Liar’s Dividend: Can Politicians Claim Misinformation to Evade Accountability? *American Political Science Review*. <https://doi.org/10.1017/S0003055423001454>

Stokes, D. E. (1963). Spatial Models of Party Competition. *American Political Science Review*, 57(2), 368–377. <https://doi.org/10.2307/1952828>

- Tanaka, M.** (2024). Perú en 2023: de la polarización a la coalición conservadora y populista durante el gobierno de Dina Boluarte Peru in 2023. *Revista de Ciencia Política*, 44(2). <https://doi.org/10.4067/S0718-090X2024005000123>
- Thompson, J. B.** (2000). *Political Scandal: Power and Visability in the Media Age*. Polity.
- Thompson, J. B.** (2003). La transformación de la visibilidad. *Estudios Públicos*, 90.
- Thompson, J. B.** (2005). The New Visibility. *Theory, Culture & Society*, 22(6), 31–51. <https://doi.org/10.1177/0263276405059413>
- Thompson, J. B.** (2011). Shifting Boundaries of Public and Private Life. *Theory, Culture & Society*, 28(4), 49–70. <https://doi.org/10.1177/0263276411408446>
- Villaruel Zurita, A.** (2024, July 5). Aprobación a Dina Boluarte cae a 5% en junio: Se marca un récord histórico negativo desde los 80's. *El Comercio*. <https://elcomercio.pe/politica/gobierno/dina-boluarte-aprobacion-de-la-presidenta-cae-a-5-en-junio-segun-encuesta-datum-internacional-se-marca-un-record-historico-negativo-desde-los-1980-fernando-belaunde-alan-garcia-alberto-fujimori-noticia/>
- Villoria, M., & Jiménez, F.** (2012). La corrupción en España (2004-2010): Datos, percepción y efectos. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 138, 109–134. <https://doi.org/10.5477/cis/reis.138.109>
- Von Sikorski, C.** (2018). The Aftermath of Political Scandals: A Meta-Analysis. *International Journal of Communication*, 12, 3109–3133. <http://ijoc.org>.
- Von Sikorski, C.** (2018). The Effects of Darkness and Lightness Cues in the Visual Depiction of Political Actors Involved in Scandals: An Experimental Study. *Communication Research Reports*, 35(2), 162–171. <https://doi.org/10.1080/08824096.2018.1425984>
- Von Sikorski, C., & Ludwig, M.** (2018). The effects of visual isolation on the perception of scandalized politicians. *Communications*, 43(2), 235–257. <https://doi.org/10.1515/commun-2017-0054>

Anexo 1

Tapas icónicas de los 3 diarios peruanos analizados, y cuyas imágenes se han utilizado para ilustrar los resultados.



DOMINGO

EXCLUSIVO FERNANDO ALVARADO: ¿HAY UNA NUEVA ALICIA? ¿O ES LA ÚLTIMA? **LEONARDO**

EXCLUSIVO ¿Qué rol jugará el fútbol en la política? **ALVARO**

EXCLUSIVO ¿Qué rol jugará el fútbol en la política? **ALVARO**

EXCLUSIVO ¿Qué rol jugará el fútbol en la política? **ALVARO**

La República

Solo 3% de los más pobres apoyan a Dina

ENCUESTA NACIONAL URBANO-RURAL DEL IEP

En el caso del Congreso, la desaprobarción alcanza el 94%

Perú 21

LA PRESIDENTA BOLUARTE SE METE EN UN LIO PORINO

MUCHO RELOJ PARA TAN POCO MUÑECA

El valor de la joya sale al fustigante público declararlo.

Perú 21

¿QUIÉN ES CONDE EN LOS ROLES?

TODOS LOS DETALLES DEL OPERATIVO. LA FISCALÍA Y LA DIVICAC ALLANARON LA CASA DE DINA BOLUARTE Y LA RESIDENCIA EN PALACIO PRESIDENCIAL. Y SOLO ENCONTRARON LAS CAJAS DE LAS ROJAS

Perú 21

¿QUIÉN ES CONDE EN LOS ROLES?

TODOS LOS DETALLES DEL OPERATIVO. LA FISCALÍA Y LA DIVICAC ALLANARON LA CASA DE DINA BOLUARTE Y LA RESIDENCIA EN PALACIO PRESIDENCIAL. Y SOLO ENCONTRARON LAS CAJAS DE LAS ROJAS

La República

Freddy Ybarra, presidente de la Asociación de Movimientos Regionales: "Hay que parar en seco a este Congreso mafioso"

JNE: Es una "afectación injustificada al derecho de la participación política"

La República

Freddy Ybarra, presidente de la Asociación de Movimientos Regionales: "Hay que parar en seco a este Congreso mafioso"

JNE: Es una "afectación injustificada al derecho de la participación política"

Perú 21

PRESIDENTA REINTERPRETA LA CANCIÓN DE SHAKIRA

CAMBIASTE UN GUESS POR UN ROLEX

83% DE PERUANOS ESTÁ DE ACUERDO CON QUE SE LEVANTA CABALUNA A DINA BOLUARTE

Perú 21

CRISIS DE MEDICAMENTOS ESSENCIALES EN EL MINSA

GOBERNADOR DE AYACUCHO IRÁ A FISCALIZACIÓN PARA HABLAR SOBRE SUS VISITAS A BOLUARTE Y SU AFICIÓN POR LOS ROLES

Perú 21

OSCORIMA DARÁ LA HORA

Entre tanto, al premier no descansa la salida del jefe de la Dinec por el allanamiento a la casa de la presidenta. [Incidencia]

La República

ES GRAVE Y LESIVO PARA LA SOCIEDAD. ASEGURA PENALISTA RAFAEL CHANJAN

Ley prodelinuencia en agenda del Pleno

La República

ES GRAVE Y LESIVO PARA LA SOCIEDAD. ASEGURA PENALISTA RAFAEL CHANJAN

Ley prodelinuencia en agenda del Pleno

Perú 21

SE ARMA LA BRONCA ENTRE LOS GOBERNADORES

GOBERNADOR DE AYACUCHO IRÁ A FISCALIZACIÓN PARA HABLAR SOBRE SUS VISITAS A BOLUARTE Y SU AFICIÓN POR LOS ROLES

Perú 21

EDITORIAL

Condenados a la mediocridad

Gracias a una ley promulgada por el Congreso, docentes desaprobados serán ahora los que formen a los peruanos del futuro

Perú 21

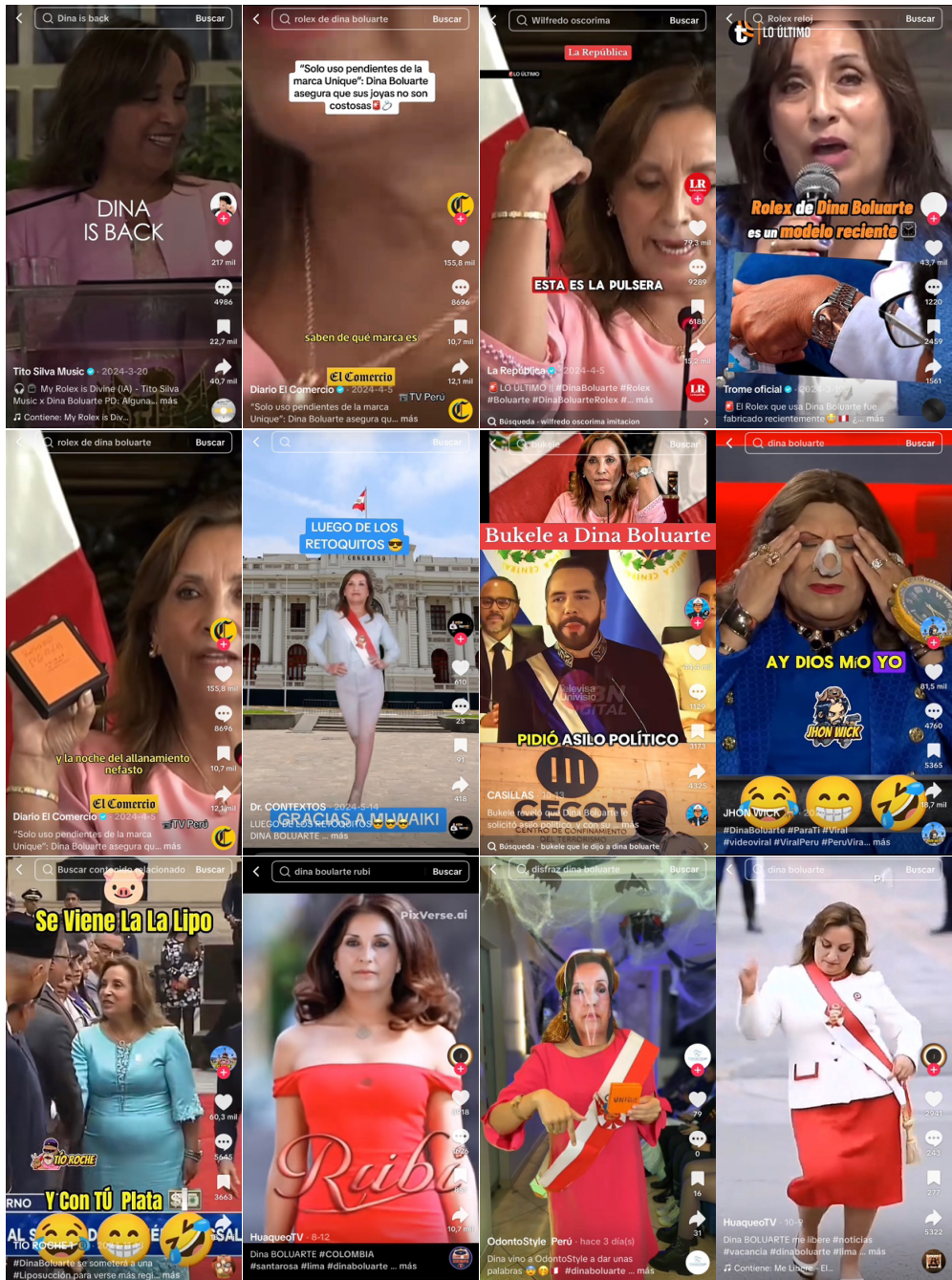
NUEVO ACTO DE TERRORISMO EN PATAZ

ATENTADO CAUSÓ LA MUERTE DE UN TRABAJADOR DE MINERA PODEROSA Y DEJO A DOS HERIDOS



Búsqueda en red social Tik Tok: Palabras “Rolex”, “Boluarte”





Anexo 3

Criterio de búsqueda en X: Del 14 de marzo de 2024 al 15 de abril de 2025 palabra “Rolex”.

Se consideraron los 100 primeros resultados de los resultados Top:

<https://x.com/cviguria/status/1795238313185411277>
<https://x.com/laencerronaperu/status/1897696870425637101>
<https://x.com/PanoramaPTV/status/1774279023389990984> *
<https://x.com/Mataperrea/status/1910749304857244088> *
https://x.com/ClaudiFerreira_/status/1774401295148896311 *
<https://x.com/cviguria/status/1803440529356591553> *
<https://x.com/abelgilvonio/status/1774412426017910799> *
<https://x.com/cviguria/status/1854257147221299668> *
<https://x.com/cviguria/status/1911878171445825621> *
<https://x.com/cviguria/status/1910687312729550902> *
<https://x.com/laencerronaperu/status/1910660095655969198>
<https://x.com/cviguria/status/1910736183774109868> *
<https://x.com/cviguria/status/1910740235341692991> *
<https://x.com/abelgilvonio/status/1775667421690364007>
<https://x.com/cviguria/status/1857202517157073210>
<https://x.com/cviguria/status/1795225839899984111> *
<https://x.com/cviguria/status/1795220989514498390>
<https://x.com/abelgilvonio/status/1772100416290898297>
<https://x.com/laencerronaperu/status/1911760923275952428>
<https://x.com/PanoramaPTV/status/1773935123441881303> *
<https://x.com/cviguria/status/1795223657834299768>
https://x.com/GP_PeruLibre/status/1910831383041233139 *
<https://x.com/cviguria/status/1795222103597236727>
<https://x.com/jotabruce/status/1911188443813605568>
<https://x.com/cviguria/status/1817560451988816377> *
<https://x.com/cviguria/status/1785799361194058110> *
<https://x.com/cviguria/status/1794128052344992152> *
<https://x.com/cviguria/status/1794778142764355963>
<https://x.com/cviguria/status/1783547508997697596>
<https://x.com/abelgilvonio/status/1774416246194250094>
<https://x.com/abelgilvonio/status/1770447016352514263>
<https://x.com/abelgilvonio/status/1838040183209435310>
<https://x.com/abelgilvonio/status/1788531700152049839>
<https://x.com/MartinVizcarraC/status/1775511359532257373> *
<https://x.com/Mataperrea/status/1910753336900440469> *
https://x.com/MAYRA_NATIVA/status/1911094607586132229 *
<https://x.com/cviguria/status/1810455142820425997>

<https://x.com/cviguria/status/1779986267473616993>
<https://x.com/cviguria/status/1778941765145247746> *
<https://x.com/cviguria/status/1780455631503167898>
<https://x.com/cviguria/status/1780457280846045629>
https://x.com/Ojo_Publico/status/1905058682380972469 *
https://x.com/Ojo_Publico/status/1910740305621451074
<https://x.com/Guilleacmas/status/1910825524282171435> *
<https://x.com/FiscaliaPeru/status/1775638478488789365> *
<https://x.com/cviguria/status/1794914120292286856>
<https://x.com/abelgilvonio/status/1858486260161024388>
<https://x.com/chrisalmanzac/status/1911907657675657397> *
<https://x.com/PanoramaPTV/status/1787157882330337430> *
<https://x.com/MartinVizcarraC/status/1776243600197550394> *
<https://x.com/FiscaliaPeru/status/1791665016883548388> *
<https://x.com/gvillasis/status/1911058037034397778> *
<https://x.com/PanoramaPTV/status/1787247979251765403> *
<https://x.com/cviguria/status/1783278949876785193> *
<https://x.com/cviguria/status/1840458145744953446>
<https://x.com/abelgilvonio/status/1772386348168626516> *
<https://x.com/cviguria/status/1795190718262100125> *
<https://x.com/abelgilvonio/status/1775927852006850820>
<https://x.com/Mataperrea/status/1910755225943605702>
<https://x.com/Vilchez2026/status/1818320676924899426> *
<https://x.com/Primicias/status/1774080217344000270>
<https://x.com/Primicias/status/1774173557523722720> *
<https://x.com/abelgilvonio/status/1779681952057991441>
<https://x.com/abelgilvonio/status/1770530075156349424>
https://x.com/Vero_Mendoza_F/status/1774137461976834316 *
<https://x.com/abelgilvonio/status/1772671371861983442> *
https://x.com/Politica_ECpe/status/1876356373988204596 *
<https://x.com/ideeleradio/status/1911762090408259676>
https://x.com/canalN_/status/1911886346894926135 *
<https://x.com/cviguria/status/1910668045409788276>
<https://x.com/ALFONSO57820023/status/1911507428773945572>
https://x.com/Politica_LR/status/1911414820072472796
<https://x.com/ALFONSO57820023/status/1911504432329539831> *
<https://x.com/abelgilvonio/status/1775713455544098947>
<https://x.com/cviguria/status/1910700322151882779>
<https://x.com/exitosape/status/1888552842106900765>
<https://x.com/cviguria/status/1910696705969815609>
<https://x.com/cviguria/status/1910735272574156818>

<https://x.com/peru21noticias/status/1910749268245152059> *
<https://x.com/Vilchez2026/status/1775031224395874334> *
<https://x.com/cviguria/status/1906158546074436039> *
https://x.com/Politica_ECpe/status/1870936446783324466 *
https://x.com/Politica_LR/status/1910414887777403286 *
https://x.com/Politica_LR/status/1910744968936796239 *
https://x.com/Ojo_Publico/status/1910743524284260552 *
https://x.com/Politica_LR/status/1909817257242296678 *

Anexo 4

Pronunciamiento 30 de marzo 2024:

Hermanas y hermanos peruanos, hoy estoy frente a ustedes con el cariño de siempre, fuerte y firme. El país entero ha sido testigo de cómo a altas horas de la noche un contingente numeroso de fiscales y policías irrumpió en mi domicilio, donde pernotaba mi familia. Ha sido sorprendente cómo se dispone que se violente la puerta de ingreso de mi hogar, pese a que no había transcurrido el tiempo suficiente para que los miembros de mi familia puedan levantarse de su descanso, vestirse y abrir la puerta; más aún si tenemos en cuenta la hora en la que se produjo esta intervención.

Soy respetuosa de la investigación fiscal, sin embargo, rechazo la forma como se hace de manera discriminatoria e inconstitucional. Se me lleva directamente a la investigación preliminar cuando a expresidentes se les establecieron diligencias previas. Nunca como se viene diciendo rehusamiento, ni rebeldía de mi parte frente a la investigación fiscal. Muy por el contrario, me ha personado a esta instancia nombrando a mis abogados y poniéndome a disposición por lo que la medida de la madrugada es arbitraria, desproporcional y abusiva.

Esta situación es sumamente grave y afecta los derechos de mi familia, pero sobre todo afecta la gobernabilidad del país. Hermanas y hermanos, la presidenta viene siendo atacada sistemáticamente y por ende se ataca la democracia, el estado de gobierno, generando inestabilidad política, social y económica.

Este ataque se basa en lo siguiente: Primero, y permítame, hermanas y hermanos del Perú, contarles. Y esto que voy a decir en adelante, ir a los diversos medios de comunicación, para contar la otra (cara) de la moneda. Primero, algunos medios de comunicación hace mes de tres semanas un poco más, dijeron que un abogado mío había hablado con el fiscal Rafael Vela para que me aparte de un proceso que empezó en Huancayo en el 2019 y que lo trajeran a Lima y cuando lo traen a Lima mi calidad de testigo en Huancayo acá Lima me pusieron en calidad de investigada. Pero qué dijo alguna prensa? Que aquel abogado mío, que por cierto no es aboga-

do en este caso de lavados de activo, había querido favorecer para que me saquen del proceso. Nada más falso. Este caso reitero se abrió en el 2019 en Huancayo, lo traen a Lima y me ponen en calidad de investigada a petición del fiscal Rafael Vela. En consecuencia, ¿dónde está el favor que me hicieron?

Segundo tema, que la prensa lo soltó, el tema del reloj, me hago una pregunta: ¿desde cuándo un sector de la prensa se preocupa en lo que usa o no usa una presidenta o un presidente? Espero y quiero creer que no es un tema sexista o de discriminación. Y sobre este tema por recomendación de mi abogado, quien me ha pedido que no haga todavía ninguna declaración hasta que yo pueda asistir a la fiscalía y aclarar los hechos.

Tercer punto del ataque sistemático, fue el carro ubicado en Asia al sur de Lima, han querido vincular el hecho de que se encontrase el vehículo allá en Asia, han querido vincular a una supuesta protección al Señor Vladimir Cerrón. Nuevamente falso.

Cuarto punto del acoso sistemático: la pérdida del cuaderno que registraba quién entraba y quién salía de mi domicilio. Además registro que yo no estaba informada citó para que ese registro estuviese así y no porque yo tenga que esconder algo, pero si es mi domicilio, lo primero que tendría que saber o la primera persona que tendría que saber que hay ese registro sería mi persona. Pero no hubo ninguna pérdida, ni robo por descuido de aquel cuaderno.

Aquí lo cierto es que alguien encargó y mágicamente se desapareció por 5 días y oh qué casualidad, primero dice que lo encontraron el cuaderno en la Vía Expresa o en un parque, luego dijeron que lo encontraron dentro de un vehículo del Estado. Pregunto al pueblo peruano, que es inteligente, ¿es tan fácil encontrarse cosas por ahí tiradas en la vía expresa o en los parques? Saquen ustedes sus conclusiones. ¿Acaso no les parece mucha casualidad para luego querer dejar en el imaginario de la población que esta presidenta tuviera interés en esa desaparición? Totalmente falso. Personalmente exigí al ministro del interior que se realicen todos los esfuerzos para su búsqueda y ubicación inmediata

Quinto punto del acoso sistemático. De manera escandalosa, filtraron a la prensa el informe del balance patrimonial que realizó la Unidad de Inteligencia Financiera en el año 2022 y que obra en el expediente de lavados de activos del año 2019. Querido pueblo peruano, se dan cuenta de que de manera sistemática se viene con noticias tendenciosas y falsas a la presidenta de la República.

Y finalmente con ese informe del balance patrimonial realizado por la Unidad de Inteligencia Financiera en el año 2022, una periodista de un medio de comunicación escrito publica en primera plana una noticia, por decir lo menos, tendenciosa y obviamente falsa. Pretendió así dejar en la idea de la población que la presidenta de la República habría lavado dinero a través del club departamental Apurímac señalando que es dinero de origen desconocido por 1,100,000 soles entre los años 2016 y 2022. En época en que mi persona era presidente de ese club departamental. Nada más alejado de la realidad.

Lo cierto es que por acuerdo del Consejo Directivo y en cumplimiento de su estatuto y reglamento interno con la finalidad de custodiar. El poco ingreso mensual que tenía el club se abre una cuenta mancomunada entre la presidenta y el secretario de economía. Durante varios periodos, no es en mi periodo, siempre se ha estilado de esa manera. Los años 2016 y 2022, que si uno suma, son 7 años y si uno verifica cuántos meses calzan en 7 años son 84 meses. Y si uno divide aquella cantidad que se puso en Primera Plana 1,100,000 soles, entre 84 meses se obtienen aproximadamente 13,000 soles mensuales que haya ingresado al club. Ingreso lícito, dinero lícito proveniente de las cuotas de sus asociados, de los alquileres de sus salones, del pago del concesionario del restaurante y de sus actividades culturales. Lo que no dice esta periodista en particular es que mientras fui presidenta del club tuve una gestión transparente y ordenada.

Otro punto que quiero informar a la población peruana. Ya me han pasado el dato que están armando otro reportaje para el próximo domingo información que dice un exfuncionario de la DINI estuviera brindando en la que quieren afirmar falsamente que esta presidenta estuviera encubriendo al señor Cerrón. Como verán, el ataque no solo está a la presidenta Dina Ercilia, sino a la institución presidencial. Y esto es sistemático. El Perú está cansado de decirle al mundo que los presidentes y los congresistas en el Perú no terminan su periodo de 5 años. Quienes salen perdiendo frente a esta inestabilidad provocada con falsos testimonios, somos todos los peruanos, sobre todo las personas más vulnerables.

Ya hemos aprendido a marchar por la paz, por la unidad, por el desarrollo, hoy marchemos por la verdad, por la idoneidad, por abrazarnos todos en un solo corazón.

Basta de utilizar algunos medios de comunicación para generar incertidumbre en perjuicio de la patria. Basta de generar cortinas de humo para cambiar el giro de la noticia. Basta de querer generar un complot en contra del país.

Hago un llamado a las mujeres y hombres del Perú a defender la democracia, el estado de derecho y la Constitución. Hago un llamado a los congresistas democratas a defender la institucionalidad. No al manoseo de la vacancia o al adelanto de elecciones. Hago un llamado al empresario peruano, a las organizaciones sociales, a los trabajadores a salir en defensa de su derecho al trabajo y su derecho a la inversión con fe y con esperanza.

Esta primera presidenta en los 200 años de República no se rinde frente a este ataque sistemático. Y respetuosa de la autonomía de las instituciones estaré asistiendo cuanto antes ante la fiscalía esclarecer el hecho sobre los relojes. Siempre he dicho que soy una mujer honesta, entré a Palacio de Gobierno con las manos limpias y así me retiraré en el año 2026.

Esta mujer presidente no está detrás de lobbies o negociados. Y quien vendió la historia de los relojes lo sabe porque me conoce porque no soy corrupta ni ladrona.

Pueblo peruano, tengan confianza en esta madre de familia. Como muchos de ustedes, se esfuerza y trabaja día a día con la esperanza de resolver los problemas de los más de 33 millones de peruanas y peruanos.

(Mensaje en quechua).

¡Viva el Perú! Viva!

Muchas gracias

Anexo 5:

Pronunciamiento 5 de abril 2024 con rueda de prensa:

Muy buenas tardes, señores de la prensa y a través de ustedes a los más de 33,000 hermanas y hermanos. Queridos compatriotas, sé que ustedes están esperando saber la verdad sobre los relojes y las joyas después de tantas noticias tendenciosas y falsas.

Vengo de la fiscalía después de haber contestado durante 5 horas todas las preguntas de la Fiscalía de la Nación. Y la verdad es solo una. Respecto de los relojes debo reconocer que fue una equivocación haber aceptado en calidad de préstamo estos relojes que mi amigo Wilfredo Ocorima, mi waiki, mi hermano, me haya prestado. Quizá en el ánimo de querer representar bien a mi país me llevaron a aceptar ese préstamo, el cual ya lo he devuelto. Y como esos relojes no son de mi propiedad, no estaba obligada a declararlos en la declaración de bienes y rentas.

Respecto a las joyas, queridas hermanas y hermanos del Perú, todo lo que han dicho es falso. Dijeron que la presidenta usa una pulsera Cartier de 45000. Esta es la pulsera de bisutería fina y es mi pulsera y la uso en forma pública y transparente. Dijeron también, un juego de collar y pendientes con perlas cultivadas marca Van Cleef de 7,000 dólares. Totalmente falso. Estos pendientes, que me los he puesto hoy día, y este collar saben de qué marca es? Unique y vean ustedes la cajita totalmente usada. La tengo hace más de 8 años conmigo y la noche del allanamiento nefasto estaba en mi cómoda en su cajita, ahí colocada todas mis joyas.

Dijeron también un juego de collar de oro blanco de 60,000 dólares. Este es el juego de mi propiedad y estos son los pendientes de plata y es el mismo que uso en todos mis eventos públicos. Dijeron un anillo de oro con piedra preciosa color rojo de 16000 dólares. Es este. Lo que dijeron. Es totalmente falso. Esta es una sortija que he usado públicamente y es bisutería fina.

Y ustedes se preguntarán, hermanas y hermanos, ¿por qué ha sido el motivo de mi demora? El responsable de esa demora es el doctor Mateo Castañeda, quien me dijo primero respondamos y declaremos ante la autoridad competente, y después se dirige al país. Y eso es lo que estoy haciendo. Y eso es todo en cuanto a los relojes y las joyas. Yo les pido desde aquí a los señores fiscales que sean más

prudentes cuando califiquen sus denuncias. Y no conviertan en mesas de parte de alguna prensa tendenciosa. Y también les pido que cesen las filtraciones indebidas, en todos los casos. No solamente en el mío, en todos los casos. ¿Cuánto daño puea den hacer a los humildes ciudadanos? Y les pido a todos que pasemos esta página para ocuparnos de lo que realmente importa. Versiones absurdas de vacancia.

Finalmente basta con seguir operando con manos negras en contra del país con estas patrañas y cortinas de humo, que no benefician a nadie y solo le hacen daño a la patria a su imagen internacional, tan importante para que vengan las inversiones necesarias para atender aquello que hemos dicho a cortar la brecha de la pobreza. Porque siempre hemos dicho también: somos un gobierno de hechos y no de esperanzas falsas.

Muchas gracias querido pueblo peruano, hermanas y hermanos, y desde acá al Palacio y toda la patria, les digo con el corazón orgulloso de ser mujer andina, de ser mujer del Perú profundo

¡Viva El Perú!

Muchas gracias

Pregunta de Latina Televisión: Buenas tardes, señor Castañeda. Buenas tardes con todos. Presidenta, usted en todo caso luego de lo declarado, admite que le mintió al país señalando que era una joya de antaño cuando en realidad usted misma está señalando que el señor Oscorima se la prestó? Qué relación tendría usted o tiene con el señor Oscorima porque hay diversas obras que usted permitió que se dé por parte del gobierno Regional de Ayacucho y le otorgó presupuesto incluso esto podría hablar en todo caso de algún tipo de favorecimiento para el gobierno Regional de Ayacucho, teniendo en cuenta que habían este tipo de favores, llamémoslo así, el que el Señor Oscorima le preste su reloj?, ya van dos preguntas. Y la última, por favor el certificado de garantía que se entrega entre sus pertenencias. ¿Cómo usted lo explica le prestaron el Rolex con todo y certificado de garantías? Gracias.

Respuesta: Bueno, fueron tantas preguntas, no sé por cuál empezar. Me podría decir pregunta por pregunta. Además le voy a agradecer, es una pregunta por prensa, no es prensa con cinco preguntas, por favor. Una pregunta y le voy a responder.

Periodista de Latina Televisión: ¿Usted engañó al país presidenta al señalar que era un regalo de antaño cuando está aceptando ahora mismo que el señor Oscorima se la prestó? Gracias.

Respuesta: En principio declaré esa mañana a la salida de Legados, no me refería a lo que usted tendenciosamente señor dice, regalo de un Reloj Rolex hablaba de este mi reloj que le dijeron el cuarto Rolex de mi propiedad. Lo compré hace más de 2 años en Davos.

Periodista Jimmy Chinchay de canal N: Presidenta, buenas tardes. A ver, el señor Ocorima tiene muchos cuestionamientos, tiene investigaciones. ¿Por qué aceptar un préstamo de alguien tan cuestionado que ahora le ha significado todo lo que conocemos?

Respuesta: Muchas Gracias. Con el señor Ocorima tenemos una amistad personal. De Wilfredo a Dina y de Dina a Wilfredo. Fue el primer gobernador que se paró firme cuando el Perú ardía en diciembre del 2022, enero, febrero del 2023. Vino acá, con los alcaldes de la provincia de la región de Ayacucho y me dijo: Hermana Dina, yo te voy a ayudar en esta pacificación. Ayacucho no se va a levantar. Es esa gratitud y ese cariño que le tengo al hermano Ocorima porque fue parte de defender la democracia, parte de defender el Estado de Derecho, parte de conseguir la paz que ahora todos estamos en un Perú tranquilo.

Periodista Omar Coca de Exitosa: Presidenta, estamos en vivo para Exitosa, quería principalmente consultarle un tema que no ha aclarado en su mensaje sobre este vehículo que se habría adquirido de un valor de cerca de 26000 dólares. Y conectando la misma pregunta, por qué tenía en todo caso tarjeta del Rolex en su propiedad ya que la policía fue lo que pudo hallar en la incautación.

Respuesta: Respecto del vehículo, es un vehículo adquirido en el año 2018 con dinero de mis ahorros producto de mi trabajo lícito. Segundo, la tarjeta que encontraron en mi domicilio no estaba escondida, estaba en mi estudio en una cartuchera donde están totalmente guardadas mis tarjetas de mi trabajo profesional y al momento de devolverles los relojes a mi amigo Wilfredo. Seguramente se me habrían quedado por olvido en esa cartuchera. Muchas gracias.

Anexo 6

Codebook: Análisis de contenido de *Rolexgate*

CAMPO EXCEL	NOMBRE	CONCEPTO	CATEGORIAS
METADATOS GENERALES			
A	ID_doc	Numero de cada noticia	
B	Medio		1. El Comercio 2. La República 3. Perú 21
C	Fecha		
PRENSA			
D E F	Título Copete Bajada	Título de la noticia completa con copete temático y bajada de texto.	
G	Pertinencia	Noticia referida al escándalos Rolexgate	0. No 1. Si 2. Si contextual (otros escándalos que implican a la presidenta)
H	Tipo		1. Nota principal (arriba y mayor tamaño) 2. Nota secundaria (Abajo de mayor tamaño) 3. Nota de tercer nivel
I	Foto		0. No 1. Si
J	Frame dominante 1	(nominal; una primaria + hasta 1 secundaria si empate) “Ángulo” interpretativo principal de la pieza. Reglas: identifica la tesis central del titular y lead. – “Allanamiento en casa de la presidenta por relojes no declarados”: 2 . – “El Congreso archiva denuncia; blindaje al Ejecutivo”: 3 . – “Lujo y privilegio en Palacio”: 1 . Teoría: Kepplinger et al. (2012); Entman (2012).	0. No corresponde 1. Moralización / Ostentación (foco en lujo, hipocresía, moral privada) 2. Legalprocesal (fiscalía, allanamientos, pruebas, delitos) 3. Institucional (blindaje, estabilidad, art. 117, Congreso) 4. Conflicto Ejecutivo–Fiscalía–Congreso (choque, crisis política)
K	Frame dominante 2		
L	Tono textual hacia la presidenta	(tricotómico: -1/0/+1) Evaluación global del texto (titular, bajada, lead) hacia la presidenta. Indicios: léxico valorativo, verbos modales, atribución de culpa/responsabilidad. Ejemplos: “mintió y cambió versiones” → -1; “fuente fiscal informó” → 0.	0. Neutro / balanceado 1. Crítico (atribución negativa explícita/implícita). 2. favorable (defensa/descargo explícito).
M	Blame focus	(nominal; única) Atribución de responsabilidad Regla: codifica a quien se presenta como responsable principal . Ejemplo: “Cortina de humo de los medios” → 4 .	0. No identificado 1. Personal (presidenta) 2. Entorno (gabinete/aliados) 3. Gobierno (PCM) 4. Fiscalía/justicia (por persecución o demora) 5. Medios (sesgo/campaña) 6. Otro .
N	Aislamiento	(ordinal 0–2) Composición visual del nivel de soledad/entourage en la imagen dominante. Regla: usa foto dominante ; si collage, el panel principal. Teoría: von Sikorski & Ludwig (2018).	0. No corresponde 1. Aislada (sola/recorte). 2. Parcialmente acompañada (1 aliado o público difuso); 3. Acompañada (≥2 aliados visibles);

O	Tonalidad	Luminancia del fondo Regla: evalúa el predominio de tonalidad del fondo. Teoría: von Sikorski (2018).	0. No corresponde 1. Claro 2. Oscuro 3. Sin definición evidente
P	Lujo	Iconografía de lujo (<i>dicotómica: 0/1</i>) Presencia destacada de relojes/ joyas/ marcas. Regla: se marca "1" si el objeto está en foco o en primer plano .	0. No corresponde 1. Si hay lujo 2. No hay lujo
Q	Gesto	Gestualidad facial/corporal (<i>nominal</i>) Regla: codifica gesto predominante .	0. No corresponde 1. Defensiva (ceño fruncido, evasión de mirada) 2. Control/autoridad (postura erguida, contacto visual), 3. Neutra.
R	Género	Marcadores de género (texto) (<i>dicotómica: 0/1 por ítem; suma total</i>) Marcar si aparece al menos una vez en titular/bajada/lead. Teoría: congruencia de rol y doble vara (Cucchi et al., 2021).	0. No marcas 1. Si marcas Ítems (marcar cada presencia): a) "primera mujer presidenta", b) adjetivación moralizante con sesgo de género (p. ej., "vanidosa"), c) referencias a apariencia/vestuario, d) apelaciones a rol de cuidado/moralidad ("deber ser más honesta"), e) sexualización o vida privada irrelevante.
ESTRATEGIAS DE DEFENSA			
S	IRT1		0. NO IDENTIFICADO
T	IRT2	(<i>multietiqueta</i>) Primaria + Secundaria Regla: primar lo saliente en la primera mitad de la pieza; si hay "admisión" explícita, MOR anula DEN. Ejemplo: "Es una cortina de humo " → REDataque; " préstamo de un tercero" → DEF. Teoría: Benoit (1997, 2006).	1. Negación (DEN): simple / traslado de culpa. 2. Evasión de responsabilidad (DEF): provocación, accidente, buena intención, falta de información/ defesabilidad. 3. Reducción de ofensividad (RED): bolstering, minimización, diferenciación, transcendencia, ataque al acusador, compensación. 4. Acción correctiva (COR). 5. Mortificación (MOR).
U	Tonoprag Tono pragmático	(<i>nominal</i>) Teoría: Entman (2012); Basinger & Rottinghaus (2012).	0. NO IDENTIFICADO 1. confrontación, 2. victimización, 3. tecnificación (legalismo), 4. Silencio/stonewalling (no responde a prensa / "sólo hablaré ante fiscalía").
V	Fake	Mención de desinformación / "campana" (<i>dicotómica</i>) Alegato de "fake news", "politización mediática" o "cortina" como ataque al acusador . Teoría: "liar's dividend" (Schiff et al., 2025).	0. NO IDENTIFICADO 1. Denuncia de Fake News 2. No denuncia de Fake News
W	Fuente emisora	(<i>nominal</i>)	0. NO IDENTIFICADO 1. Presidenta, 2. PCM, 3. Ministra/o, 4. Abogacía, 5. Gobernadores 6. Otros.
X	Canal de defensa	Tipo de comunicación de defensa	0. NO IDENTIFICADO 1. Declaraciones a la prensa en entrevista 2. Declaraciones a varios medios en rueda de prensa 3. Filtración 4. Cadena nacional 5. Mensaje en evento público 6. Gacetilla de prensa oficial / Comunicado 7. Declaraciones de abogados 8. Otros

Anexo 7

Fuentes periodísticas y documentos de contexto (para la cronología y el entorno mediático)

Montesinos Nolasco, E. (2024, 30 de marzo). Cronología del caso de los Rolex que podría determinar la salida de Dina Boluarte de la presidencia. Infobae. <https://www.infobae.com/peru/2024/03/30/cronologia-del-caso-de-los-rolex-que-podria-determinar-la-salida-de-dina-boluarte-de-la-presidencia/>

La Encerrona. (2024, 14 de marzo). [URGENTE Congreso le perdona la vida a los mineros ilegales #LaEncerrona] Video en YouTube. <https://www.youtube.com/watch?v=fy3IMrDnw8o>

Villarroel Zurita, Alexander (2024, 10 de junio) Aprobación a Dina Boluarte cae a 5%: Se marca un récord histórico negativo desde los 80's. El Comercio. <https://elcomercio.pe/politica/gobierno/dina-boluarte-aprobacion-de-la-presidenta-cae-a-5-en-junio-segun-encuesta-datum-internacional-se-marca-un-record-historico-negativo-desde-los-1980-fernando-belaunde-alan-garcia-alberto-fujimori-noticia/?ref=ecr>

RPP Noticias. (2024, 14 de marzo). Dina Boluarte confirmó que utiliza un Rolex: “Lo que tengo es fruto de mi esfuerzo y trabajo”. RPP. <https://rpp.pe/politica/gobierno/dina-boluarte-confirio-que-utiliza-un-rolex-lo-que-tengo-es-fruto-de-mi-esfuerzo-y-trabajo-noticia-1541310>

El Comercio. (2024, 18 de marzo). Fiscalía de la Nación inicia diligencias contra Dina Boluarte por relojes Rolex: presuntos delitos y claves del caso. <https://elcomercio.pe/politica/justicia/dina-boluarte-fiscalia-de-la-nacion-inicia-diligencias-contrala-presidenta-por-relojes-rolex-presuntos-delitos-y-claves-del-caso-ministerio-publico-contraloria-noticia/>

El Comercio. (2024, 20 de marzo). Wilfredo Ocorima: todas las versiones sobre los Rolex, desde negarlo y decir que era para un familiar hasta el préstamo a Dina Boluarte. <https://elcomercio.pe/politica/wilfredo-oscorima-todas-las-versiones-sobre-los-rolex-desde-negarlo-y-decir-que-era-para-un-familiar-hasta-el-prestamo-a-dina-boluarte-relojes-de-lujo-gobierno-regional-ayacucho-prestamo-joyas-noticia/>

Perú21. (2024, 25 de marzo). Guillermo Loli de Ipsos Perú analiza la encuesta sobre la percepción del público sobre el caso Rolex. Perú21TV. <https://peru21.pe/peru21tv/lavozdel21/dina-boluarte-guillermo-loli-de-ipsos-peru-analiza-la-encuesta-sobre-la-percepcion-del-publico-sobre-el-caso-rolex-noticia/>

RPP Noticias. (2024, 26 de marzo). Gustavo Adrianzén sobre el caso de los relojes Rolex: “Solo aquí es un problema y de estas dimensiones”. RPP. <https://rpp.pe/politica/gobierno/>

gustavo-adrianzen-sobre-el-caso-de-los-relojes-rolex-solo-aqui-es-un-problema-y-de-estas-dimensiones-noticia-1544458

El País. (2025, 12 de abril). El Congreso peruano archiva la denuncia constitucional contra Dina Boluarte por el escándalo del Rolexgate. <https://elpais.com/america/2025-04-12/el-congreso-peruano-archiva-la-denuncia-constitucional-contradina-boluarte-por-el-escandalo-del-rolexgate.html>

História da fotografia e do fotojornalismo

Cobertura fotojornalística das visitas de Estado de D. Manuel II a Espanha, Inglaterra e França (1909) na revista *Ilustração Portuguesa*

Jorge Pedro Sousa

Universidade Fernando Pessoa & ICNOVA • Instituto de Comunicação da NOVA

jpsousa@ufp.edu.pt

Celiana Azevedo

Instituto Politécnico de Setúbal & ICNOVA • Instituto de Comunicação da NOVA

celiana.azevedo@ese.ips.pt

Resumo: D. Manuel II, aclamado, inesperadamente, rei de Portugal, na sequência do regicídio de 1 de fevereiro de 1908, desenvolveu uma intensa atividade diplomática para legitimar e consolidar a sua posição como chefe de Estado. Após receber o rei espanhol, D. Afonso XIII, em Vila Viçosa, o soberano português visitou Espanha, entre 8 e 12 de novembro de 1909; Inglaterra, entre 15 e 27 do mesmo mês, a convite do rei Eduardo VII; e França, entre 27 de novembro e 2 de dezembro, a convite do presidente Armand Fallières. Esta pesquisa analisa a narrativa iconográfica – e o correspondente texto verbal – que a revista ilustrada semanal *Ilustração Portuguesa*, de Portugal, construiu das visitas de Estado de D. Manuel II ao estrangeiro. Utiliza-se uma metodologia qualiquantitativa. A componente qualitativa baseou-se numa abordagem hermenêutica e heurística ao discurso, com os objetivos de entender o conceito de reportagem fotográfica existente ao tempo, identificar as estruturas de linguagem iconoverbal em jogo e desvelar os enquadramentos propostos ao leitor, tendo em consideração o contexto histórico da época e a noticiabilidade dos acontecimentos. A componente quantitativa baseou-se numa análise de conteúdo com categorias definidas *a priori*. Concluiu-se que a cobertura das visitas de Estado de D. Manuel II na *Ilustração Portuguesa* assentou numa narrativa favorável ao monarca e à Monarquia portuguesa como uma instituição social com legitimação e respaldo internacional.

Palavras-chave: História do fotojornalismo; análise do discurso fotográfico; *Ilustração Portuguesa*; D. Manuel II; visitas de Estado a Espanha, Inglaterra e França.

Introdução

D. Manuel II foi aclamado, inesperadamente, rei de Portugal, na sequência do regicídio¹ de 1 de fevereiro de 1908. Num momento em que, face à agitação republicana e às divisões e intrigas entre os monárquicos, a situação da Monarquia Constitucional portuguesa era periclitante, a Casa Real esforçou-se para mudar as políticas de D. Carlos e legitimar, no reino e no estrangeiro, o novo e inexperiente soberano (Ramos, 2001; Ramos, coord., Sousa, Monteiro, 2009; Nunes, 2006, 2009, 2019a, 2019b), alcunhado “o Reizinho” (Duprat, 2012). Como segundo filho varão do rei D. Carlos, D. Manuel II não tinha sido preparado para reinar.

¹ Assassinato do rei D. Carlos e do príncipe herdeiro, D. Luís Filipe, por republicanos.

As visitas de Estado de D. Manuel II a Espanha, Inglaterra e França, em 1909, enquadraram-se nesse esforço político de legitimação, renovação e visibilidade da monarquia constitucional portuguesa e do novo monarca. O soberano português visitou Espanha, entre 8 e 12 de novembro, retribuindo a visita privada do soberano espanhol, D. Alfonso XIII, a Vila Viçosa, em fevereiro de 1909; visitou Inglaterra, entre 15 e 27 de novembro, a convite do rei Eduardo VII; finalmente, deslocou-se a França, entre 27 de novembro e 2 de dezembro, a convite do presidente Armand Fallières.

As visitas de Estado de D. Manuel II a Espanha e a Inglaterra podem ser lidas como tentativas de obter o apoio das duas potências à Monarquia Constitucional portuguesa. Se o Império Britânico e Espanha segurassem a Casa de Bragança, teria sido difícil ou mesmo impossível impor a República ao país, como veio a suceder, a 5 de outubro de 1910. O rei português procurava, aliás, para afiançar o auxílio inglês, não apenas confirmar o apoio do rei Eduardo VII, ainda chocado com a inação portuguesa perante o regicídio, mas também encontrar uma noiva da família real britânica² (Fernandes, 2008). Já a visita de Estado a França, uma república, poderá considerar-se essencialmente protocolar e no âmbito das relações entre Estados amigos. Sentir-se-ia a necessidade de introduzir o novo chefe do Estado português na política europeia e de o apresentar aos seus pares estrangeiros. Ao tempo, Espanha, França e Inglaterra eram, saliente-se, os países mais relevantes para as relações internacionais portuguesas, por motivos políticos, económicos, culturais e de proximidade.

Ora, na alvorada do século XX, a imprensa já tinha uma forte penetração na sociedade portuguesa, particularmente nos principais meios urbanos (Lima, 2012; Matos, 2014; Sousa, 2021). O jornalismo de cariz industrial e partidariamente independente estava consolidado em Portugal, tal como a imprensa político-noticiosa, ligada aos principais partidos e movimentos políticos (Lima, 2012; Matos, 2014; Sousa, 2021). As revistas informativas generalistas ilustradas³ tinham, também, uma presença forte no mercado (Sousa, 2017; 2020). Inclusivamente, o mais conceituado foto-repórter português ao tempo – Joshua

² “A viagem do chefe do Estado às cortes de Espanha e de Inglaterra”, *Ilustração Portuguesa*, 22 de novembro de 1909, pp. 660-661.

³ Ao tempo, três revistas ilustradas circulavam em Portugal: *O Ocidente: Revista Ilustrada de Portugal e Estrangeiro* (1878-1915); *Brasil-Portugal* (1899-1914) e *Ilustração Portuguesa* (1903-1923). Só a revista *Ilustração Portuguesa* era semanal. A revista *Brasil-Portugal* era quinzenal. Foi fundada pelo político e militar Augusto de Castilho e optou, desde o início, pela fotografia como meio principal para a cobertura iconográfica da atualidade (Sousa, 2017, 2021). Já a revista *Ocidente*, a mais antiga das três, foi fundada pelo gravurista Caetano Alberto da Silva e associados. Em 1909, era trimensal. Embora se distinguisse pela sua matriz cultural, a atualidade teve, nela, um espaço crescente, sendo notória a intensificação da cobertura gráfica da atualidade por meio fotografias, que foram substituindo as gravuras, após 1903, devido à concorrência da *Ilustração Portuguesa* (Sousa, 2017, 2021).

Benoliel⁴ – cobriu as visitas de Estado de D. Manuel II a Espanha e Inglaterra⁵, na qualidade de enviado especial da revista *Ilustração Portuguesa*, a mais importante revista ilustrada de informação geral coeva, em tiragem, circulação e periodicidade⁶.

Efetivamente, esse já era um tempo “de espaço público e opinião pública renovados e alargados, em que o *voyeurismo* da imprensa e a divulgação da fotografia emprestaram ao poder uma visibilidade nova” (Sardica, 2012, p. 345). As figuras do Estado eram mediatisadas e tinha emergido uma política de massas “radical e ruidosa”, “truculenta”, explorada por líderes de opinião que faziam da imprensa o seu palco (Sardica, 2012, p. 345, p. 347). Nesse contexto, para o poder instituído era necessário, nomeadamente, contrariar a feroz narrativa republicana, segundo a qual “a monarquia dos Braganças era especialmente má e (...) os reis de Portugal eram os piores da Europa” (Ramos, 2001, p. 295) e consolidar a posição de D. Manuel II, distinguindo-o do seu pai, D. Carlos, alvo de um autêntico *assassinio de carácter* pela imprensa republicana (Ramos, 2006). Ao cobrirem atividades do novo monarca, como as visitas de Estado, as revistas informativas ilustradas, como a *Ilustração Portuguesa*, dirigida pelo jornalista monárquico Carlos Malheiro Dias⁷, participaram, mesmo que, por hipótese, não intencionalmente, no esforço da Casa Real e do poder instituído para salvar a Monarquia Constitucional em Portugal (Nunes, 2009, 2019a).

Havendo expectativa sobre como seria o reinado do novo monarca português; tendo envolvido os chefes de Estado de quatro países; sendo delimitáveis no tempo e próximas, as visitas de Estado de D. Manuel II a Espanha, Inglaterra e França foram notáveis e notadas, tornando-se notícia. As revistas ilustradas, especificamente, devotaram-lhe atenção (cf. tabela 1). Foram, portanto, percebidas como acontecimentos, como singularidades notórias, na linha do raciocínio de autores como Adriano Duarte Rodrigues (1988) ou Adelmo Genro Filho (2012). Tiveram valor como notícia, pois apresentam qualidades que levaram os coevos a considerarem-nas acontecimentos com valor noticioso, singularidades dig-

⁴ Joshua Benoliel (1873-1932) é considerado o primeiro fotojornalista profissional português e o pioneiro da fotorreportagem em Portugal. Trabalhou para várias publicações, mas distinguiu-se como colaborador do jornal *O Século* e da sua revista *Ilustração Portuguesa*, entre 1906 e 1918 e a partir de 1924, já como editor de Fotografia do jornal (chefe dos Serviços Fotográficos). Estima-se que tenha produzido cerca de 2600 reportagens fotográficas e 25 mil fotografias para a *Ilustração Portuguesa*. A sua primeira reportagem fotográfica terá sido publicada em *O Tiro Civil*, em 1898. Algumas das suas fotos encontram-se reunidas na obra *Arquivo Gráfico da Vida Portuguesa*, prefaciada pelo jornalista Rocha Martins.

⁵ A autoria das fotografias é referida nas revistas ilustradas. Não há fotografias da autoria de Joshua Benoliel nas páginas da *Ilustração Portuguesa* dedicadas à visita de Estado de D. Manuel II a França.

⁶ No número de 13 de julho de 1908 (pp. 41-51), a *Ilustração Portuguesa* publicou um texto no qual anunciava que a tiragem ascendia a 24400 exemplares. Foi essa revista a consagrar o fotojornalismo em Portugal, graças ao contributo de Joshua Benoliel, o primeiro foto-repórter português profissionalizado. A sua sede encontrava-se em Lisboa e pertencia a um grupo jornalístico, o do diário *O Século*, que, embora independente e organizado industrialmente, tinha nascido com uma matriz ideológica republicana, que não renegava (Sousa, 2017, 2021).

⁷ Carlos Malheiro Dias (1875-1941) foi jornalista, escritor, político e historiador. Começou a sua carreira jornalística, sempre pautada pelo trabalho em revistas ilustradas de informação geral, no Rio de Janeiro. Em Portugal, dirigiu a revista *Ilustração Portuguesa* e o semanário *Domingo Ilustrado*. Colaborou noutras revistas, como a *Branco e Negro*, a *Brasil-Portugal* e a *Serões*. No Brasil, país ao qual regressou após a imposição da República Portuguesa, fundou e dirigiu a revista *O Cruzeiro* (1928-1975), durante muitos anos palco principal do fotojornalismo brasileiro.

nas de serem noticiadas, factos sociais notáveis, dentro da linha interpretativa aberta por Galtung e Ruge (1965) e seguida por autores como Wolf (1987) e Traquina (2002).

A pesquisa efetuada não detetou, no entanto, qualquer investigação sobre a cobertura jornalística das visitas de Estado de D. Manuel II ao estrangeiro, que estiveram longe de serem meros *fait divers*, dadas as questões políticas envolvidas. Por exclusão de partes, também não existe qualquer estudo centrado na análise da cobertura iconográfica das visitas de Estado de D. Manuel II a Espanha, Inglaterra e França pela imprensa, lacuna que a presente investigação pretende suprir, apesar de, nesse momento da história, o fotojornalismo se encontrar já consolidado como prática e como ofício (Sousa, 2000, 2017, 2020; Vieira, 2009), graças a fotógrafos como, no caso português, Joshua Benoliel, que cobriu, fotograficamente, o acontecimento. É de realçar, aliás, que Joshua Benoliel acompanhou o rei desde Lisboa e teve acesso aos lugares em que os eventos relatados tiveram lugar em Espanha e Inglaterra – não sendo certo se também cobriu a visita do rei a França, pois não se encontraram na *Ilustração Portuguesa* fotografias assinadas por si sobre este acontecimento.

Uma análise da cobertura iconográfica das visitas de Estado de D. Manuel II ao estrangeiro pela imprensa portuguesa teve de passar pelo estudo de revistas ilustradas informativas, palco fundamental da fotografia jornalística e documental à época (Proença & Manique, 1990; Serén, 2004; Sousa, 2000, 2017, 2020). Das três revistas ilustradas de informação geral portuguesas que se podem inserir nessa categoria e que circulavam ao tempo, escolheu-se, para este estudo, a mais relevante, em tiragem e circulação – a revista semanal *Ilustração Portuguesa*. A *Ilustração Portuguesa* foi, aliás, a única revista ilustrada nacional que teve a iniciativa de enviar um foto-repórter para acompanhar o rei e cobrir, fotograficamente, as visitas de Estado, pelo que a cobertura que protagonizou destes acontecimentos é mais extensa do que a das restantes publicações nacionais do mesmo género⁸.

⁸ O *Ocidente* refere-se à “viagem de S. M. el-rei D. Manuel II ao estrangeiro”, pela primeira vez, no número de 10 de novembro de 1909, inserindo retratos formais dos membros da comitiva real e aludindo à possibilidade de a viagem ter por fim o casamento com uma princesa inglesa. Prosseguiu no número de 20 de novembro do mesmo ano, com o relato da visita a Madrid, acompanhado de quatro fotos, de autoria indeterminada, uma delas fotografada por Pires Marinho, um conhecido fotógrafo e fotógrafo estabelecido em Lisboa. Em números posteriores cobre a continuação da viagem de Estado por Inglaterra e França – publica 7 fotos sobre a visita de Estado a Inglaterra, no número de 30 de novembro; e no número de 10 de dezembro, publica uma foto da visita de Estado a Inglaterra, três da visita de Estado a França e uma do regresso do rei a Lisboa. A revista *Brasil-Portugal*, por seu turno, refere-se à visita de Estado, pela primeira vez, no número de 16 de novembro de 1909, designando-a “maior dos serviços” prestados por D. Manuel II a Portugal, depois do regicídio de 1908, que tinha colocado o país numa “situação melindrosa”. O relato é acompanhado, nesse número, por um desenho fotografado e 21 fotografias, das quais só duas não são retratos das individualidades envolvidas. A 1 de dezembro, a revista volta ao assunto, publicando quatro fotografias da visita do soberano português a Madrid e oito da visita de Estado de D. Manuel II a Inglaterra. A revista conclui a cobertura das visitas de Estado de D. Manuel II no número de 16 de dezembro, publicando quatro fotos alusivas ao regresso do rei a Lisboa.

Considerando a importância do fotojornalismo como fonte histórica (Oliveira, 1997), a presente investigação partiu, assim, das seguintes questões iniciais:

1. Qual era o conceito de reportagem fotográfica existente ao tempo?
2. Qual foi a narrativa iconográfica – contando, contextualmente, com o texto verbal correlacionado – que a *Ilustração Portuguesa* construiu sobre as visitas de Estado de D. Manuel II a Espanha, Inglaterra e França?

Sendo o objetivo geral da pesquisa delimitado pela resposta às perguntas de partida, foram objetivos específicos da investigação:

1. Determinar a estrutura tipológica da narrativa iconográfica sobre as visitas de Estado de D. Manuel II a Espanha, Inglaterra e França construída pela *Ilustração Portuguesa*;
2. Identificar os recursos expressivo-simbólicos usados pela revista para produzir sentido sobre esses episódios históricos;
3. Explicitar as propostas de geração de significado e os enquadramentos sugeridos pela *Ilustração Portuguesa* para os acontecimentos, tendo em conta a articulação entre a iconografia e o texto verbal e o contexto da época.

Considerando, ainda, os valores-notícia (Galtung, Ruge, 1965; Wolf, 1987; Traquina, 2002), o carácter de ocasiões de Estado da deslocação de D. Manuel II a Espanha, Inglaterra e França, os cânones dominantes de expressão fotojornalística à época e as limitações impostas pela tecnologia fotográfica do tempo (Sousa, 2000, 2017, 2020) e ainda que o fotojornalista português Joshua Benoliel acompanhou o rei pelo menos até Espanha e Inglaterra para cobrir os acontecimentos, colocaram-se as seguintes hipóteses:

- H1: O discurso iconográfico e o discurso verbal da *Ilustração Portuguesa*, ainda que produzidos por diferentes autores, foram confluentes no processo de geração de sentido;
- H2: A abordagem fotográfica foi formalista, dada a natureza protocolar das visitas de Estado, que contrastaram, nomeadamente, com o carácter particular da viagem de D. Alfonso XIII a Vila Viçosa, em fevereiro de 1909;
- H3: A cobertura fotográfica centrou-se nas personagens-chave e, portanto, mais noticiáveis do acontecimento, os chefes de Estado, nomeadamente em D. Manuel II, sem descurar, no entanto, as restantes individualidades presentes, que acrescentavam importância simbólica aos eventos e os oficializavam, e o próprio “filme” do que sucedeu.

Metodologia

Levando em conta que a etimologia da palavra ciência remete para o conceito de *análise*⁹; considerando, ainda, que “metodologia” pode ser entendida como sinónimo de uma estratégia dinâmica e flexível de articulação de ações que têm por fim alcançar uma meta (Ander-Egg, 2011, p. 17), correspondendo, portanto, ao que se poderia designar por lógica processual de uma pesquisa científica, nesta investigação, de matriz hipotético-dedutiva, seguiu-se uma metodologia assente numa análise descritiva sistemática, por um lado, e qualiquantitativa, por outro, do discurso verbal e visual sobre as visitas de Estado de D. Manuel II a Espanha, Inglaterra e França numa revista ilustrada, a *Ilustração Portuguesa*, tida, no seu tempo, como a mais importante de Portugal, em periodicidade, tiragem e circulação.

Qualitativamente, o estudo segue uma linha hermenêutica e heurística. Assim, tendo por base os contributos de Ricoeur (1987), Maidment (1996), Gadamer (1999) e Scheufele (2008a; 2008b), procurou-se desconstruir, apresentar, interpretar e compreender o discurso iconográfico sobre as visitas de Estado, com ênfase na fotografia, numa dupla perspetiva sincrónica e diacrónica. Buscou-se identificar os enquadramentos¹⁰ propostos pelo discurso, considerando os temas, os elementos formais da linguagem, nomeadamente as articulações entre o verbal e o visual, os recursos simbólicos e expressivos, as sequências discursivas e os exemplos iconográficos que pudessem traduzir os enquadramentos propostos nas peças, tendo em conta o contexto histórico coevo. A análise à linguagem fotográfica e à expressão fotográfica atentou nos planos de enquadramento fotográfico e nas ideias de Barthes (1984).

Encarou-se o discurso da *Ilustração Portuguesa* como um resultado com significado de ações humanas com significado, realizadas num contexto em que os sujeitos partilham, pelo menos parcialmente, um campo comum de significação, constituindo, tal como aconselha Scheufele (2008a, p. 968), o entendimento desses significados em aberto o propósi-

⁹ Ciência provirá do latim *scire*, palavra derivada do vocábulo de raiz indoeuropeia *skei*, que significava *cortar, separar, distinguir*. Fazer ciência é, primária e etimologicamente, decompor um objeto nos seus elementos, ou seja, é *analisá-lo*, com o objetivo de produzir conhecimento sobre as partes que o compõem e estruturam e entender, a partir das partes, a sua configuração global.

¹⁰ Usa-se o conceito de enquadramento no sentido que lhe foi dado por Goffman (1974), ou seja, como construção interpretativa capaz de produzir mapas de significado que orientam a leitura e interpretação dos acontecimentos por parte dos leitores, e ainda como ideia estruturadora de um discurso, suscetível de lhe conferir significados particulares (Gamson & Modigliani, 1987, p. 143), revelando-se na organização do discurso, no que é dito e mostrado e no que, não sendo dito ou mostrado, é implícito ao discurso (Goffman, 1975; Fowler, 1994), nas sugestões implícitas ou explícitas sobre o que está em causa (Gamson, 1989; Fowler, 1994), nos padrões de apresentação, seleção, ênfase, exclusão e interpretação (Gitlin, 1980), nas metáforas, frases feitas e exemplos e no encaixe das novidades em velhas molduras interpretativas (Traquina, 2002). Enfim, “na seleção de certos aspetos de uma realidade percebida e a construção de mensagens que realcem ligações entre esses aspetos, de forma a promover uma interpretação particular” (Entman, Matthes & Pellicano, 2009, p. 176), podendo ter duas dimensões, uma primeira que respeita ao sentido imediato do discurso e uma segunda que deriva das interpretações patentes na própria peça jornalística, como o estabelecimento de fronteiras entre o certo e o errado; o correto e o incorreto; o legítimo e o ilegítimo; o normal e o desviante (Orgad, 2012, pp. 28-30).

to da pesquisa. Buscou-se, pois, indutiva e contextualmente, detetar “as estruturas de significado coerentes” (Scheufele, 2008a, p. 967) e os “padrões de significado” (Scheufele, 2008a, p. 969) que emanam das matérias iconoverbais sobre as visitas de Estado, clarificando e compreendendo os enquadramentos sobre estes episódios históricos propostos pela *Ilustração Portuguesa*.

Por outras palavras, buscou-se desvelar a forma como os enquadramentos para os acontecimentos foram sendo construídos e propostos, os significados que os enunciadores poderão ter pretendido dar às mensagens que produziram, os significados que estas mensagens poderão ter tido e as implicações de sentido e outras que poderão ter gerado, ponderando o contexto histórico coevo. Considerou-se, pois, que cada peça e que cada unidade discursiva¹¹ verbal e/ou iconográfica se relacionavam, intertextualmente, com outras matérias e unidades discursivas, sincrónica e diacronicamente, no mesmo suporte, e que também se relacionavam, contextualmente, com os padrões culturais que regem a interpretação do mundo, em cada momento histórico, por indivíduos ou por conjuntos de indivíduos que vivem num determinado espaço social, no qual existem referentes culturais partilhados (Scheufele, 2008a).

Inspirado pelas ideias de Tashakkori e Teddlie (2010), o estudo articulou a deteção, recolha e sistematização de dados, numa primeira fase, com a análise dos dados, numa segunda fase.

Para a deteção, recolha e sistematização de dados procedeu-se à leitura sequencial de todos os números da *Ilustração Portuguesa* publicados entre outubro e dezembro de 1908, considerando que a revista se poderia ter antecipado às visitas de Estado, começando a abordá-las antes de as mesmas terem lugar, e que poderia ter prolongado a cobertura.

Identificaram-se, em sequência, sistematicamente, as matérias que se referissem às visitas de Estado, *corpus* da investigação, e aos seus protagonistas. Coletaram-se, depois, os dados sobre a iconografia e discurso verbal referente a esses acontecimentos, objeto específico da investigação.

Seguidamente, estruturou-se, por desconstrução e reconstrução, uma narrativa diacrónica descritiva sobre o episódio histórico, elaborada a partir da leitura sistemática e cronológica das peças. Nessa narrativa reconstruída inseriram-se as unidades e os segmentos discursivos iconográficos e verbais reveladores dos padrões de significado propostos pelo discurso da *Ilustração Portuguesa*. Incluíram-se na narrativa sequências discursivas verbais contextualizadoras e orientadoras da leitura das imagens e exemplos iconográficos

¹¹ Por unidade discursiva consideraram-se os elementos do discurso que se podem autonomizar, mas desde uma abordagem flexível – uma unidade discursiva tanto pode ser, por exemplo, uma fotografia como uma peça inteira.

suscetíveis de exemplificar os aspetos centrais da cobertura do acontecimento e a maneira como esta cobertura evoluiu. Atentou-se, para a análise e interpretação dos dados empíricos, no contexto histórico.

Consideraram-se os contributos positivos que as técnicas quantitativas, intensivas, de análise de um discurso podem oferecer à solidez de uma pesquisa, já que oferecem possibilidades de dedução de conclusões a partir de dados quantitativos (Scheufele, 2008b, pp. 972-978). Assim, operacionalizou-se uma análise quantitativa do discurso, também denominada análise de conteúdo, conforme os procedimentos sugeridos por Wimmer e Dominick (1996, pp. 174-191). Para a análise, definiram-se, *a priori*, as categorias analíticas, definidas pelo tipo de fotografias, nas quais se contabilizaram (fase de codificação) as unidades de análise, constituídas pelas imagens individuais. Também se aferiu o número de fotografias que destacam o rei D. Manuel II. Os resultados da análise de conteúdo expressaram-se por frequência absoluta (valores absolutos) e por frequência relativa (percentagens) e sistematizaram-se em gráficos, antecedidos pela descrição das categorias criadas.

Resultados e discussão

Os dados sistematizados na tabela 1 demonstram que a *Ilustração Portuguesa* destacou as visitas de Estado de D. Manuel II entre os assuntos abordados, mas também que as deslocações a Inglaterra e Espanha tiveram coberturas mais extensas do que a visita a França.

Portanto, poderá concluir-se que a primeira incursão de D. Manuel II nas relações internacionais constituiu, para os portugueses coevos, um tema relevante e noticiável. Na *Ilustração Portuguesa*, a revista ilustrada de informação geral portuguesa contemporânea que cobriu mais extensamente o acontecimento, a cobertura das três visitas de Estado estendeu-se por cinco números consecutivos (15 de novembro a 13 de dezembro de 1909)¹². Considerando, ainda, que cada número da *Ilustração Portuguesa* tinha – descontando a capa e contracapa e a publicidade – 32 páginas e que os cinco números em que saíram peças sobre as visitas totalizaram 160 páginas, as 73 páginas consagradas pela revista às visitas de Estado de D. Manuel II equivalem a 46% do total de páginas. No entanto, apenas um número da revista evoca diretamente, na capa, uma das visitas de Estado de D. Manuel II, no caso, a Espanha – o número de 22 de novembro de 1909 (figura 1). A capa do número de 29 de novembro pode considerar-se, também, alusiva à visita de Estado a Inglaterra, já que é feita com um retrato de Eduardo VII (figura 1), a convite de quem D. Manuel visitava Inglaterra¹³.

¹² Excluiu-se a reportagem sobre o regresso do chefe de Estado a Lisboa, publicada a 20 de dezembro.

¹³ Não se consideraram as capas dos números de 6 e 13 de dezembro, nos quais surgiram retratos de aristocratas britânicas sobre as quais circulavam rumores de que poderiam vir a ser noivas do soberano nacional e, portanto, futuras rainhas de Portugal.

Tabela 1. Comportamento da *Ilustração Portuguesa* na cobertura das visitas de Estado de D. Manuel II a Espanha, Inglaterra e França.
Fonte: elaboração própria.

Cobertura da <i>Ilustração Portuguesa</i>	Matérias	Páginas	Revistas	Fotografias	Capas
Visita de Estado a Espanha	4	32	3	105	1
Visita de Estado a Inglaterra	9	35	3	96	1
Visita de Estado a França	3	6	1	17	0
Totais	16	73	[5]14	218	2



Figura 1. Capas da *Ilustração Portuguesa* sobre as visitas de Estado de D. Manuel II a Espanha e Inglaterra.
Fonte: reprodução dos originais (números de 22 e 29 de novembro de 1909).

¹⁴ Alguns números da revista referiam-se em simultâneo a mais do que uma das visitas de Estado.

O contexto histórico fornecerá a explicação para o diferente comportamento da *Ilustração Portuguesa* em relação às visitas de Estado sucessivas de D. Manuel II a Espanha, Inglaterra e França (cf. tabela 1). Por um lado, a turbulência republicana em Portugal aconselharia a que as relações de Estado com a mais importante república europeia, a francesa, não fossem destacadas na imprensa. Por outro lado, as visitas de Estado de D. Manuel II a Espanha e a Inglaterra podem ser lidas como tentativas de obter o apoio das duas potências à Monarquia portuguesa. Se o Império Britânico e Espanha segurassem a Casa de Bragança no poder, teria sido mais difícil ou mesmo impossível implantar a República em Portugal. O rei português procurava, aliás, para afiançar o auxílio inglês, não apenas confirmar o apoio do rei Eduardo VII, ainda chocado com a inação portuguesa perante o regicídio de fevereiro de 1908, mas também encontrar uma noiva da família real britânica¹⁵ que reafirmasse a proteção britânica à Monarquia Constitucional portuguesa (Fernandes, 2008). Esse objetivo adicionava *interesse humano* à cobertura da visita de Estado a Inglaterra. Daí que a visita de Estado de D. Manuel II a França tenha merecido pouco destaque, quando comparada com o realce dado às visitas a Espanha e Inglaterra. Curiosamente, foi durante a visita a França que o rei se enamorou da sua primeira amante conhecida, a atriz e bailarina mundana Gaby Deslys, facto que a *Ilustração Portuguesa* omitiu, mas que teve eco na imprensa europeia (Duprat, 2012).

Entre as razões que explicam o destaque dado às visitas de Estado de D. Manuel II pela *Ilustração Portuguesa* está a sua noticiabilidade, ou seja, o seu potencial e valor para serem consideradas notícias:

1. Foram encaradas como singularidades notáveis (Rodrigues, 1988; Filho, 2012), definidas no tempo e no espaço, que, apesar da sua duração¹⁶ (20 dias no somatório das três visitas de Estado, desde a partida do rei de Lisboa até ao seu regresso à capital), podiam ser tratadas como notícias;
2. Combinaram valores-notícia (cf. Galtung, Ruge, 1965; Wolf, 1987; Traquina, 2002) que as tornaram particularmente relevantes, como a referência a pessoas e países importantes, o potencial de personalização e centralização da cobertura nos chefes de Estado e altas individualidades, a proximidade, a atualidade, o impacto social, aferido pelo número de pessoas envolvidas nos eventos, o impacto sobre a nação e o interesse político e social, a clareza no significado (legitimação do novo monarca, sua inserção no palco da política europeia) e a consonância com as expectativas (esperar-se-ia que o novo monarca realizasse visitas de Estado);
3. Ainda no que respeita aos valores-notícia, no caso os referentes, especificamente, às revistas de informação geral ilustradas, deve destacar-se o potencial que as visitas

¹⁵ “A viagem do chefe do Estado às cortes de Espanha e de Inglaterra”, *Ilustração Portuguesa*, 22 de novembro de 1909, pp. 660-661.

¹⁶ Wolf (1987) alerta para que os acontecimentos que se prolongam no tempo tenderem a ser considerados mais importantes.

de Estado ofereciam para serem cobertas com imagens (Wolf, 1987; Traquina, 2002), designadamente por meio de fotografias, o que pode ser comprovado pelo número de fotografias sobre os acontecimentos publicadas pela *Ilustração Portuguesa*, que ascendem a 208, uma média de 43,6 fotografias em cada um dos números em que esta publicação ilustrada cobriu as visitas do chefe do Estado ao estrangeiro.

As ideias enquadrantes do texto verbal da revista sobre o acontecimento são, por um lado, metajornalísticas e, por outro, debruçam-se sobre o acontecimento em si, podendo considerar-se, sobretudo, político-sociais (cf. quadros 1 e 2). Saliente-se, a esse nível, a atitude quase *pedagógica* da revista ao explicar a sua função, distinta dos jornais diários, ao leitor, e a valorização do trabalho diligente de Joshua Benoliel como foto-repórter e enviado especial (cf. quadro 1), o que, retroativamente, valorizava a própria revista. A perspetiva editorial sobre as visitas de Estado realça, positivamente, o êxito das mesmas e as qualidades do soberano, como a maturidade e a generosidade (cf. quadro 2).

Quadro 1. Enquadramentos metajornalísticos no discurso da *Ilustração Portuguesa* sobre a visita real.
Fonte: elaboração própria.

Ideias-chave (enquadramentos)	Excertos verbais
O papel das revistas ilustradas de informação geral é complementar visualmente as notícias dos diários noticiosos	Ainda que com as demoras inevitáveis numa publicação semanal e sem cuidar em substituir-se à imprensa diária na divulgação dos acontecimentos, a <i>Ilustração Portuguesa</i> continua registando os numerosos documentos fotográficos que (...) J. Benoliel todos os dias lhe envia, referentes à viagem d’el-rei D. Manuel. Assim, os principais episódios desta viagem às cortes de Madrid e de Londres e à capital de França ficarão detalhadamente documentadas, embora a este propósito (...) tenhamos de sacrificar, por vezes, essa condição essencial do êxito jornalístico que se chama a oportunidade. (22 de novembro de 1909) Prosseguindo na publicação dos interessantes documentos fotográficos que o seu correspondente especial J. Benoliel lhe está enviando, relativos à viagem oficial do chefe do Estado às cortes de Madrid e de Londres, a <i>Ilustração Portuguesa</i> não hesita em sacrificar ao minucioso registo dos acontecimentos a rapidez de informação, que necessariamente exigiria resumos importantes na numerosa documentação fotográfica que nos esforçamos por oferecer aos nossos leitores. (29 de novembro de 1909)
Havia cumplicidade entre fotógrafos e personalidades da política que lhes davam acesso aos lugares dos acontecimentos	Consentindo que o fotógrafo da <i>Ilustração Portuguesa</i> acompanhasse as diversas partidas de caça que se realizaram em Windsor, o rei de Inglaterra abriu uma exceção, que nos permite oferecer hoje (...) uma série de clichés do mais raro valor documentário. (6 de dezembro de 1909)
A <i>Ilustração Portuguesa</i> visava satisfazer o “contrato de leitura” com o leitor	numerosa documentação fotográfica que nos esforçamos por oferecer aos nossos leitores. (29 de novembro de 1909)

¹⁷ Recorre-se aqui ao conceito de “contrato de leitura” avançado por Eliseo Verón (1983, 2004): “o conceito de contrato de leitura implica que o discurso de um suporte de imprensa seja um espaço imaginário onde percursos múltiplos são propostos ao leitor” que os reconhece e para os quais negocia sentidos (Verón, 2004, p.216).

Quadro 2. Enquadramentos político-sociais da viagem real no discurso da *Ilustração Portuguesa*.
Fonte: elaboração própria.

Ideias-chave (enquadramentos)	Excertos verbais
A visita real foi um êxito	• manifestações de simpatia (15 de novembro de 1909) • cordialidade de relações (15 de novembro de 1909) • brindes afetuosos (29 de novembro de 1909) • El-rei D. Manuel (...), embarcando no iate real Victoria and Albert, posto à sua disposição pelo soberano de Inglaterra, atravessando a Mancha (...) escoltado por uma divisão de cruzadores britânicos. Em Portsmouth, era o iate aguardado por oito couraçados, que à sua passagem embandeiraram em arco e içaram a bandeira portuguesa (...). Os marinheiros (...) soltaram (...) hurras (...) e a multidão aclamou o rei de Portugal. (29 de novembro de 1909) • Nas ruas formaram contingentes de tropas (...). Precediam as carruagens batedores de cavalo empoado. As músicas tocavam o hino de Portugal. As ruas estavam embandeiradas e entre as decorações viam-se saudações em português. As rainhas de Inglaterra e da Noruega, que esperavam D. Manuel à entrada do palácio, felicitaram-no pelo seu aniversário. (29 de novembro de 1909)
O rei é jovem mas maturo	• dizendo no dia seguinte os jornais de Londres que o sr. D. Manuel tinha um belo espírito prático, pois só comprava coisas úteis (6 de dezembro de 1909)
O rei é generoso	• O soberano abateu (...) faisões, (...) perdizes e (...) coelhos, alguns dos quais enviou a um pequenito que lhe escreveu a seguinte carta: “Sou pequeno. Meu pai está velho e está muito doente. Sabendo que Vossa Majestade vai hoje caçar, peço-lhe que me dê algumas das peças abatidas”. (13 de dezembro de 1909)

A narrativa iconográfica da *Ilustração Portuguesa* sobre as deslocações de D. Manuel II a Espanha, Inglaterra e França organizou-se ao redor de quatro tipos de fotografias (tabela 2), documentadas a seguir.

Tabela 2. Fotografias por categorias.
Fonte: elaboração própria.

Categoria (tipo)	Descrição	Visita a Espanha		Visita a Inglaterra		Visita a França		Totais	
		N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%
Retrato	Imagens que se centram na representação iconográfica das personagens da narrativa, isolados ou em grupo, em pose (figuras 7, 12, 13).	25	24	12	12	2	12	39	18
Ação	Fotografias que testemunham os aspetos ativos dos acontecimentos, dotando-os de narratividade, e que documentam diferentes instantes das atividades das visitas de Estado (figuras 1 a 6 e 8 a 11).	63	60	70	73	15	88	148	68
Paisagens e edificado	Fotografias dos espaços onde os acontecimentos tiveram lugar (figuras 15, 16, 17).	16	15	14	15	0	0	30	14
<i>Fait divers</i>	Imagens inusitadas de aspetos secundários aos acontecimentos propriamente ditos (figura 14).	1	1	0	0	0	0	1	[0,5]
Totais		105	100	96	100	17	100	218	100



Figura 2. Receção a D. Manuel II em Madrid.

Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 15 de novembro de 1909, p. 619.

Créditos fotográficos: Joshua Benoliel.



Figura 3. Receção a D. Manuel II em Portsmouth.
 Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 29 de novembro de 1909, p. 687.
 Créditos fotográficos: Joshua Benoliel.



Figura 4. Receção a D. Manuel II em Calais.
 Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 13 de dezembro de 1909, p. 745.
 Créditos fotográficos: Maurice-Louis Branger.

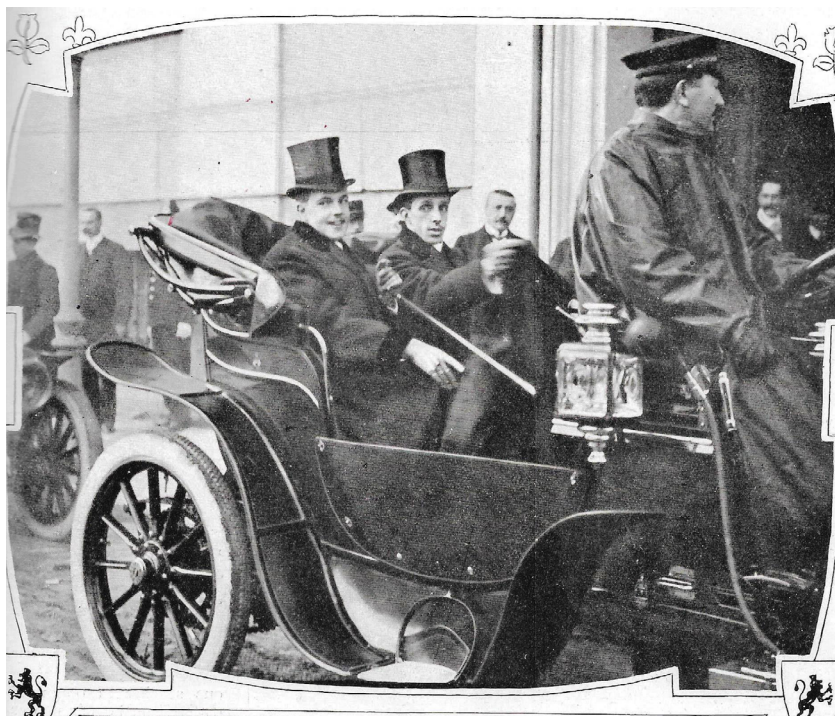


Figura 5. D. Manuel II e o rei D. Alfonso XIII em Madrid.
 Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 22 de novembro de 1909, p. 651.
 Créditos fotográficos: Joshua Benoliel.



Figura 6. D. Manuel II e o príncipe de Gales, futuro rei Jorge V, em Londres.
 Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 6 de dezembro de 1909, p. 717.
 Créditos fotográficos: Joshua Benoliel.

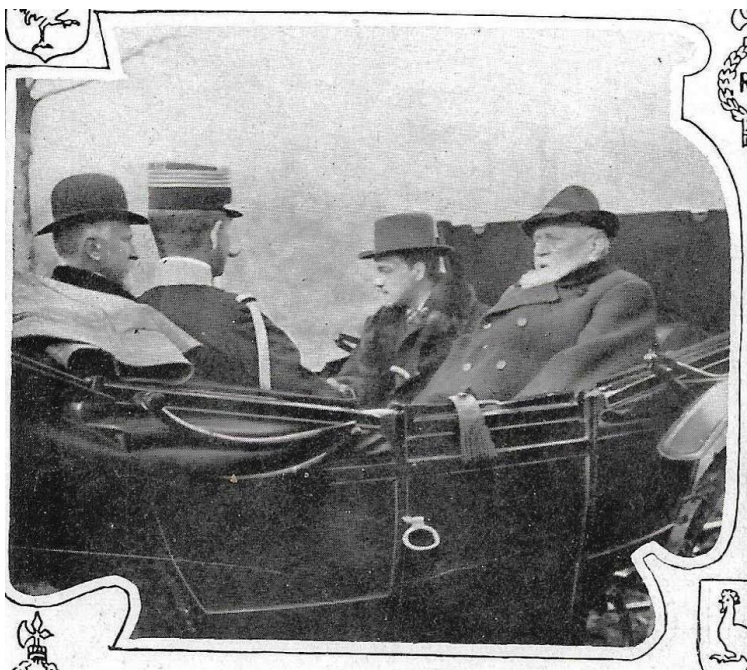
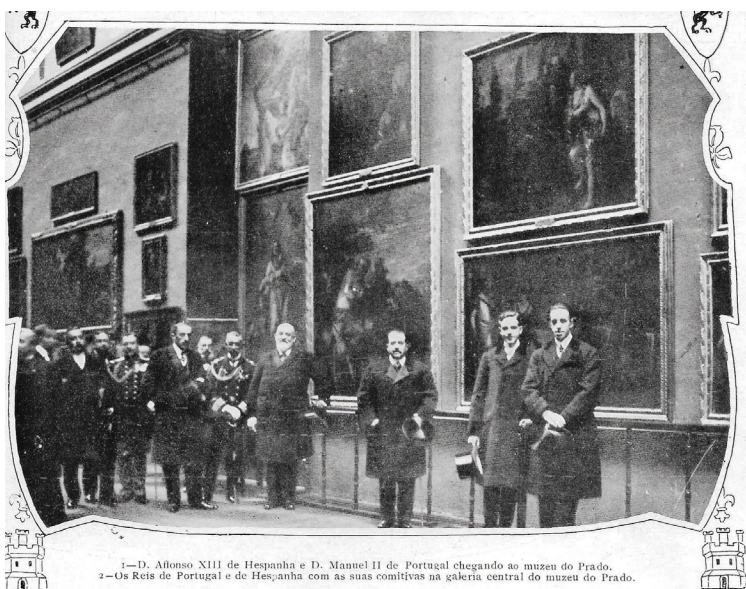


Figura 7. D. Manuel II e o Presidente de França, Armand Fallières, em Paris.

Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 13 de dezembro de 1909, p. 747.

Créditos fotográficos: não atribuídos.



1—D. Alfonso XIII de Hespanha e D. Manuel II de Portugal chegando ao museu do Prado.
2—Os Reis de Portugal e de Hespanha com as suas comitivas na galeria central do museu do Prado.

Figura 8. D. Manuel II e Alfonso XIII visitam o Museu do Prado.

Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 22 de novembro de 1909, p. 651.

Créditos fotográficos: Joshua Benoliel.



Figura 9. D. Manuel II visita o colégio de Beaumont.

Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 6 de dezembro de 1909, p. 730.

Créditos fotográficos: Joshua Benoliel.



Figura 10. Caçada na Casa de Campo, em Madrid.

Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 22 de novembro de 1909, p. 660, p. 661 e p. 662.

Créditos fotográficos: Joshua Benoliel.

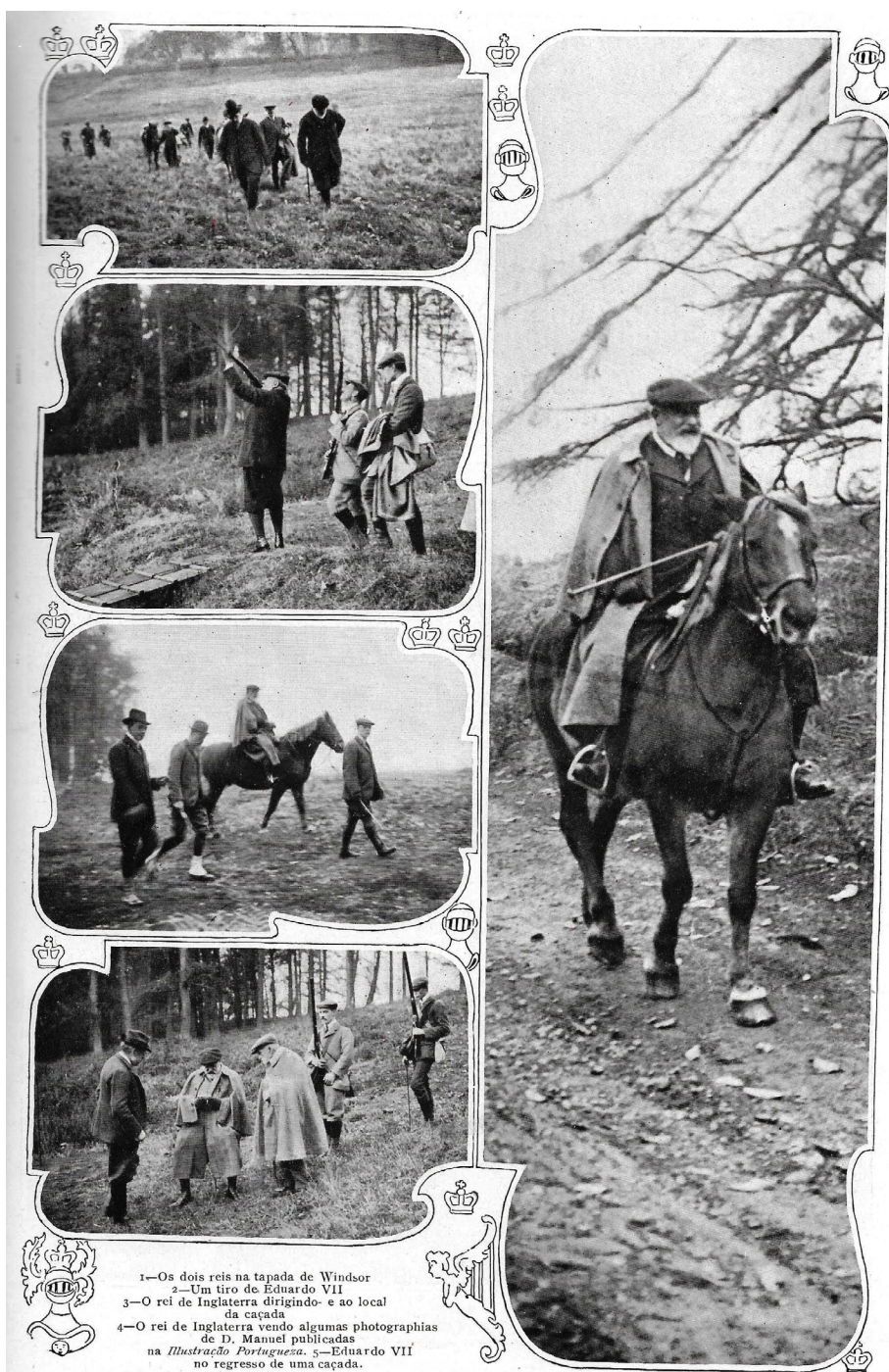


Figura 11. Caçada em Windsor.

Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 6 de dezembro de 1909, p. 725.

Créditos fotográficos: Joshua Benoliel.



Figura 12. Caçada em Rambouillet.

Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 13 de dezembro de 1909, p. 748.

Créditos fotográficos: não atribuídos.



Figura 13. Receção na embaixada de Portugal em Madrid.

Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 22 de novembro de 1909, p. 657 e p. 659.

Créditos fotográficos: Joshua Benoliel.



Figura 14. Aristocratas em Windsor.

Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 6 de dezembro de 1909, p. 728.

Créditos fotográficos: Joshua Benoliel.

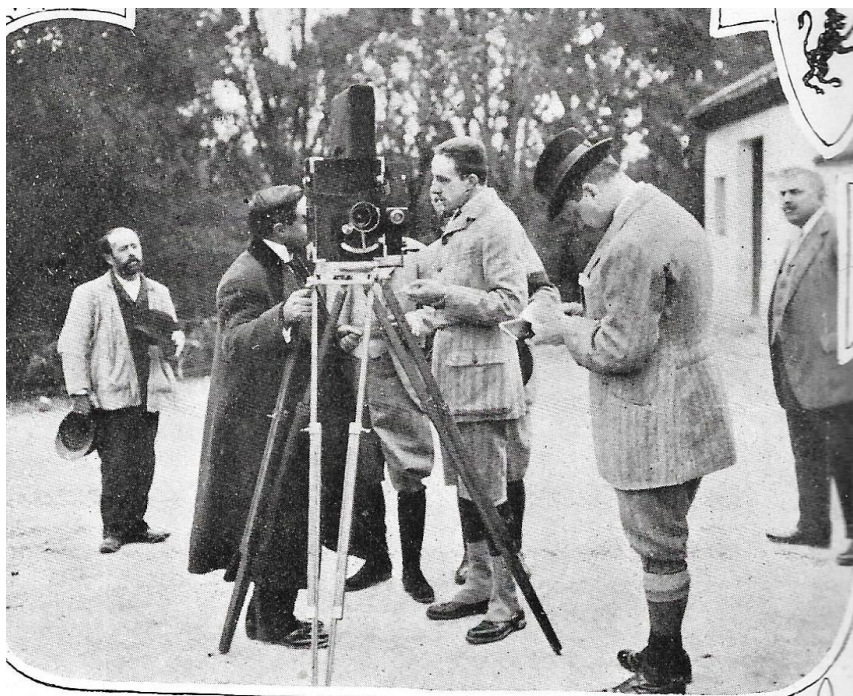


Figura 15. Repórter cinematográfico.

Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 22 de novembro de 1909, p. 660.

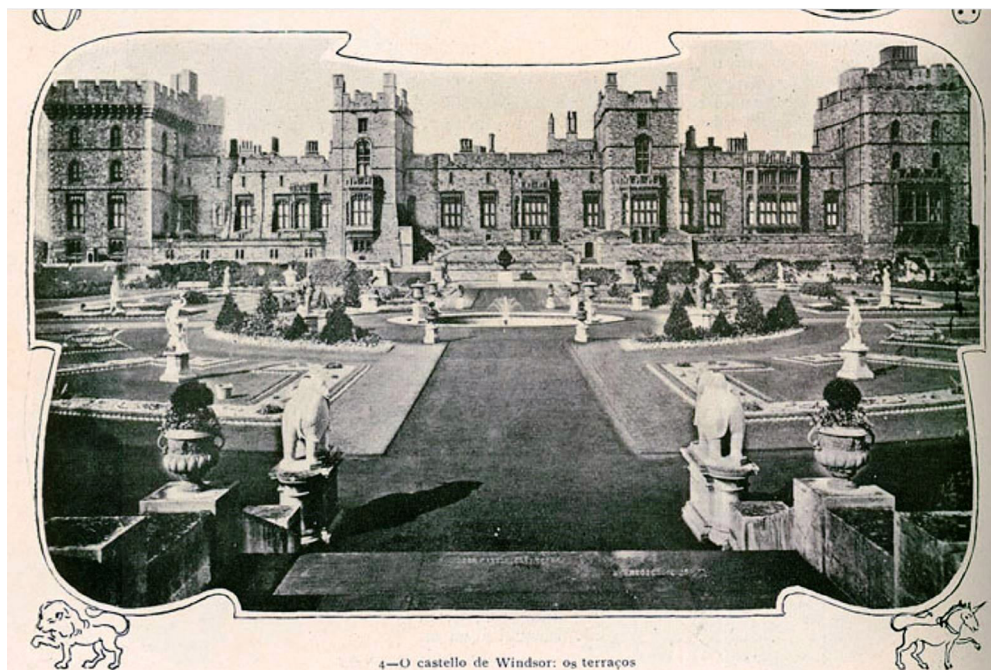
Créditos fotográficos: Joshua Benoliel.



Figura 16. O rio Tejo próximo de Toledo.

Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 29 de novembro de 1909, p. 678.

Créditos fotográficos: Joshua Benoliel.



4—O castelo de Windsor: os terraços

Figura 17. Terraços do castelo de Windsor.

Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 29 de novembro de 1909, p. 690.

Créditos fotográficos: Joshua Benoliel.

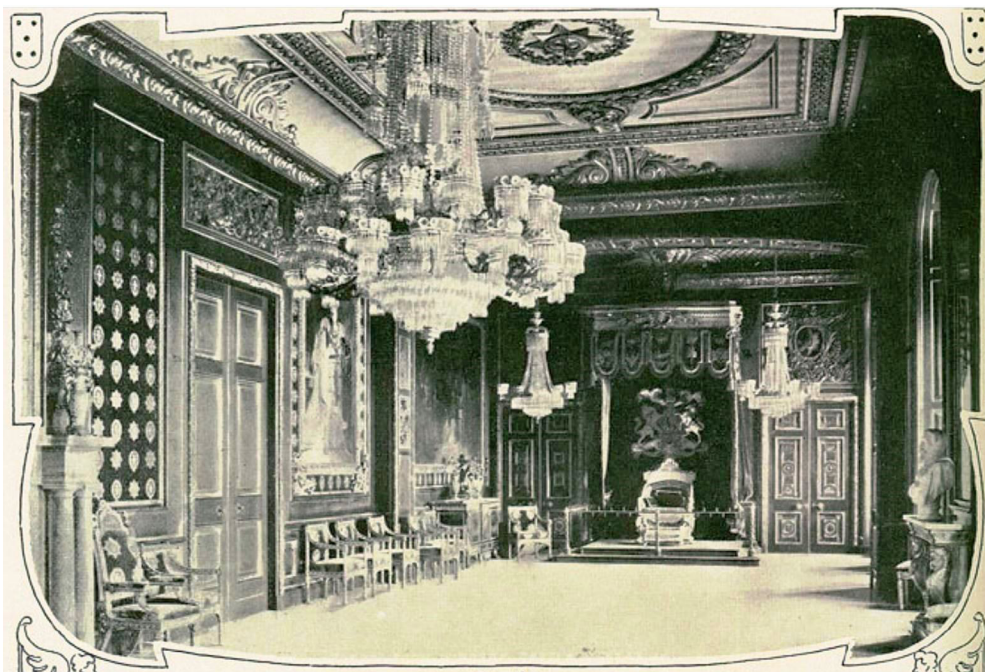


Figura 18. Sala do trono do castelo de Windsor.

Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 29 de novembro de 1909, p. 692.

Créditos fotográficos: Joshua Benoliel.

Uma narrativa é a materialização do ato de narrar, ou seja, de reportar, de relatar. Uma narrativa constrói-se pela apresentação de uma série de eventos conectados, num espaço e tempo específicos e determinados, no qual intervêm personagens que, normalmente, interagem umas com as outras. Uma narrativa fotográfica obedece aos mesmos parâmetros caracterizadores. A predominância, na narrativa iconográfica, de fotografias de ação (68%), figuras 2 a 7 e 9 a 12, justifica-se porque as imagens que a compõem se incorporam numa reportagem fotográfica de três acontecimentos interligados, que se desenvolveram, encadeadamente, ao longo do tempo. São essas fotografias que dotam a narrativa da necessária perspectiva temporal cronológica. Por outras palavras, representam a *marcha do tempo* – na verdade, a representação da marcha do tempo, do tempo a passar, escolhida pelo editor, poderá não ter equivalência à cronologia real do acontecimento – por meio da justaposição de imagens referentes a instantes fotografados, pressupostamente sucessivos. Relembre-se, a propósito, que Barthes (1984) explicou que a justaposição é um dos elementos sintáticos da linguagem fotográfica suscetíveis de contribuir para a geração de sentido para a mensagem fotográfica.

Por seu turno, os retratos (18%), figuras 1, 8, 13 e 14, destacam personagens da narrativa, nomeadamente os chefes de Estado e personalidades de relevo social. Permitem ao leitor observar, com detalhe, os protagonistas da ação, os chefes de Estado, sós ou ro-

deados de estadistas e outras personagens. O relevo dado, fotograficamente, a outras personagens da narrativa que não os chefes de Estado, além de adicionar *cor local* e *interesse humano* à história, promoveu a identificação do público-alvo (classes médias e altas) com a revista e, assim, terá estimulado as respetivas vendas, pois a representação de indivíduos do público-alvo na própria revista espicaçaria a adesão destes leitores à publicação e a manutenção, pela sua parte, do *contrato de leitura* (Verón, 1983, 2004) com a *Ilustração Portuguesa*.

As fotografias de paisagens e do edificado (30%), figuras 16, 17 e 18, incluindo fotografias de interiores (figura 18), facultam ao observador contemplar representações visuais dos espaços onde os acontecimentos ocorreram, dando a necessária dimensão espacial à narrativa iconográfica dos acontecimentos.

A única fotografia (0,5%) classificada como *fait divers* (figura 15) é lateral à narrativa fotográfica e mostra a atuação de um repórter cinematográfico, tornando evidentes os laços de camaradagem entre os profissionais da cobertura visual da atualidade (o fotógrafo fotografa o cinematografista – também um repórter de imagem –, valorizando o ofício compartilhado). A sua inclusão na narrativa terá tido por objetivos valorizar a *arte da captação de imagens* como ofício, ampliar as perspetivas de leitura dos diferentes aspetos do acontecimento por parte do observador, satisfazer a sua curiosidade e promover o *interesse humano* da história.

Em suma, a narrativa visual das visitas de Estado de D. Manuel II ao estrangeiro, durante o seu breve reinado, construiu-se em torno da apresentação simbólica e significativa de uma série de instantes, fixados fotograficamente, de ocorrências tidas por relevantes, cronologicamente ordenadas segundo uma perspetiva narratológica que poderá não ter tido correspondência real, nas quais determinadas personagens, com destaque para o rei e outros chefes de Estado, interagiram, em espaços e tempos determinados. Centrou-se, assim, nos aspetos ativos dos acontecimentos, em concreto nas diferentes ações segmentadas que os compuseram, sem ignorar o potencial dos retratos para o leitor observar e identificar, com detalhe, os protagonistas da ação e outras personagens. Ao mesmo tempo, as fotografias de paisagens e do exterior e interior de edifícios facultaram ao leitor uma noção sobre os espaços em que os acontecimentos se desenvolveram. Satisfazer a curiosidade visual do leitor sobre os acontecimentos que, provavelmente, não presenciara; sobre personagens da vida política e social com quem, provavelmente, nunca privaria; e sobre espaços que dificilmente contemplaria, num tempo em que viajar – especialmente para fora do país – era incomum, constituía, tal como hoje, certamente, constitui, um dos objetivos do recurso às imagens informativas no jornalismo.

É de destacar, ainda, o papel do texto verbal (cf. quadros 1 e 2) na ancoragem e condução de sentido e construção de significados para as imagens fotográficas. O sentido e os sig-

nificados que o leitor terá extraído da narrativa certamente resultaram da conjugação da leitura e interpretação dos seus elementos visuais com os seus elementos verbais.

A estrutura da narrativa que resultou da cobertura fotojornalística das visitas de Estado de D. Manuel II a Espanha, Inglaterra e França dever-se-á à confluência de vários fatores (cf. Sousa, 2005b), como sejam:

1. A *ação pessoal* dos fotógrafos, designadamente de Joshua Benoliel, que cobriram, diligentemente, as visitas de Estado, sendo-lhes permitido acompanhar os chefes de Estado, entrar nos espaços onde decorriam os eventos e fotografar as personagens em interação, inclusivamente em retratos coletivos (como os das figuras 8, 13, 14), no qual os *atores sociais*, personagens da narrativa, posam para a câmara;
2. A *interação* dos fotógrafos, nomeadamente de Benoliel, redator(es) e editor da revista, que já remete para o que se pode considerar uma *dimensão social* que transcende o contributo pessoal de cada interveniente na produção e construção da narrativa jornalística. A narrativa dos acontecimentos, como resultado, deve-se, assim, ao contributo de vários autores em interação, designadamente de fotógrafos, redator(es) e editor, os *narradores*, sendo possível que o arranjo autoral final seja de Carlos Malheiro Dias, ao tempo diretor e editor da *Ilustração Portuguesa*;
3. O *fator tecnológico*, já que, em 1909, a tecnologia fotográfica (maneabilidade e portabilidade das câmaras, luminosidade das objetivas, sensibilidade do suporte, dispositivos de iluminação no interior, designadamente *flash* de magnésio) permitia a cobertura de instantes de ação (figuras 2 a 7 e 9 a 12) e retratos (figura 14) em espaços exteriores e fotografias posadas em espaços interiores (figuras 8 e 13).
4. A interiorização de aspetos da linguagem visual, que remete para uma *dimensão cultural*, o que se pode observar, por exemplo, na procura de sequências de imagens que estabeleçam uma cronologia dos acontecimentos, conforme se denota quer no resultado final (a narrativa iconográfica na sua totalidade), quer em algumas sequências discursivas fotográficas que integram a narrativa (figura 11). A cultura da época, definidora não apenas dos gostos dominantes, mas também da maneira de olhar para o mundo e para os outros, e as rotinas profissionais, limitadas, não obstante, pelas possibilidades da tecnologia existente e pelas dinâmicas dos próprios eventos, ofereceram formas de abordagem canónicas à cobertura das visitas de Estado, cuja organização seguia mais ou menos o mesmo padrão nos diversos países, tal como se pode inferir pela cobertura que a *Ilustração Portuguesa* realizou – os chefes de Estado estrangeiros tinham uma receção oficial, realizavam visitas a determinadas instituições, participavam em cerimónias específicas e caçavam. Excluindo as caçadas, as visitas de Estado continuam, hoje em dia, a ter um figurino semelhante.

Conforme se observa nas fotografias seleccionadas como exemplos-padrão da cobertura (figuras 2 a 18), a opção por uma narrativa fotográfica extensa, ampla, sequencial, que deu,

acumulativa e sucessivamente, conta de vários instantes do que se passou, entrecruzada com imagens das personagens individuais e coletivas da narrativa e dos espaços que albergaram os eventos, permitiu à fotografia cumprir o seu papel de documentar e testemunhar, global e visualmente, o acontecimento e de saciar a curiosidade visual do leitor e as suas expectativas informativas. Aliás, não era, ao tempo, comum, nas revistas ilustradas portuguesas, optar-se por abordagens aos assuntos da atualidade centradas em fotografias únicas que condensassem em si a simbologia de um acontecimento (Sousa, 2017), opção que Henri Cartier-Bresson designou como de “instante decisivo”. Por um lado, o leitor português esperaria das revistas ilustradas sequências de instantes dos diferentes acontecimentos e estas publicações tentavam corresponder às demandas do mercado; por outro lado, as limitações tecnológicas que ainda subsistiam no início do século XX e as rotinas e cultura profissional dos fotojornalistas também promoviam abordagens fotográficas sequenciais para as singularidades notáveis da atualidade, isto é, para os acontecimentos noticiáveis (Sousa, 2000; 2017, 2020).

Os valores-notícia, na linha interpretativa aberta por Galtung & Ruge (1965) e continuada por autores como Wolf (1987) e Traquina (2002), aos quais já se fez referência para explicar as razões que levaram as visitas de Estado a serem noticiadas nas revistas ilustradas portuguesas, contribuem para explicar, por sua vez, o relevo dado ao rei de Portugal (41% das fotos – cf. tabela 3), como personagem central, estável e unificadora da narrativa. Ao evidenciar indivíduos, a narrativa ganha *interesse humano*. Aliás, as histórias jornalísticas centram-se, normalmente, em pessoas e nas suas ações na sociedade, pois são, no que à noticiabilidade diz respeito, as mais relevantes e as que têm, por norma, mais sucesso junto do recetor (Sousa, 2005a). Comprova-se, assim, que as audiências, no caso, os *narratários*, fazem, efetivamente, parte do processo jornalístico, quer porque atribuem sentido e dão significado às mensagens jornalísticas, quer porque influenciam as linhas e escolhas editoriais (Sousa, 2005b).

Outro aspeto a considerar na análise na narrativa fotográfica das visitas de Estado são os aspetos linguísticos e expressivos da mensagem fotográfica, que contribuem para os processos de geração de sentido da narrativa e de atribuição de significado por parte dos recetores. Sobre esses aspetos, Barthes (1984) sugeriu que o sentido dado à mensagem fotográfica depende de fatores como: a presença e pose dos sujeitos fotografados; os objetos visíveis; a abordagem estética; a fotogenia dos elementos da imagem; a sintaxe; e o texto verbal que complementa o sentido das imagens, orientando a leitura e suprimindo as debilidades ontogénicas das fotos, que se concretiza nas legendas e no restante texto verbal. Na cobertura fotográfica das visitas de Estado de D. Manuel II ao estrangeiro, pode observar-se o seguinte:

1. Quanto ao sujeito central da narrativa, o soberano português, há um esforço para o mostrar em poses descontraídas e sorridente (figuras 2, 5, 6, 9, 10), que sugerem simpatia e empatia e evidenciam a juventude do soberano;

2. Quanto aos objetos presentes nas imagens, que contribuem para a produção de sentido, podem notar-se os símbolos de tradição (como as charretes, nas figuras 6 e 7), os símbolos de modernidade (como o automóvel, na figura 5) e os símbolos de poder (como as fardas militares, incluindo a do soberano português, nas figuras 2 e 6). Projetam, assim, das visitas de Estado, uma visão que associa a Monarquia à tradição e ao poder, mas também à modernidade, neste caso acentuada pela evidente juventude do soberano português, bem patente nas fotografias;

3. Quanto à estética fotográfica, evidencia-se, na reportagem, a onipresença de planos de conjunto, mais abertos ou mais fechados (figuras 2, 4 a 15), opção que resulta, em grande medida, dos constrangimentos tecnológicos das câmaras, objetivas e suportes de fixação de imagem, mas também denuncia as *rotinas produtivas* que os fotojornalistas desenvolviam para, expeditamente, cobrirem acontecimentos em evolução. Os planos de conjunto aproximam, simbolicamente, o leitor dos protagonistas, personagens secundárias e figurantes da narrativa iconográfica, mostrando, contextualmente, um pouco do espaço em que interagem, mas sem permitir a invasão simbólica do seu espaço privado. Alguns planos gerais (figuras 3, 16, 17), por seu turno, facultam ao observador a perceção dos espaços da narrativa visual. Um plano médio, individualizador, do rei Eduardo VII, fez uma das capas da *Ilustração Portuguesa* dedicadas às visitas de Estado de D. Manuel II (figura 1);

4. A fotogenia permitiu oferecer ao leitor *versões* controladas e positivas das cenas e dos sujeitos e expressou-se, principalmente, nos cuidados com a composição, observáveis na generalidade das imagens, e nas roupas cuidadas e sofisticadas, civis e militares, do rei de Portugal, dos restantes chefes de Estado e de outras personagens;

5. Quanto à sintaxe das imagens enquanto instrumento de produção de sentido, sublinha-se, ao longo de toda a narrativa, o esforço para respeitar uma sequência de fotografias lógica e, frequentemente, cronológica, que desse conta, de uma forma fácil e rapidamente apreensível, da evolução “fílmica” das visitas de Estado, pontuada, no entanto, por pausas, materializadas, por exemplo, nos retratos coletivos das personagens da narrativa e nas fotografias dos espaços onde decorreram os eventos sucessivos que construíram os acontecimentos interligados no seu todo.

Conforme é observável nos exemplos colhidos, quase todas as fotos, cujo formato varia para criar ritmo expressivo na paginação e, conseqüentemente, na leitura, evitando a monotonia e o aborrecimento do leitor, são rodeadas de molduras artísticas desenhadas, destinadas a promover, simbolicamente, a fotografia, mesmo quando usada com fins informativos e especificamente jornalísticos, à condição de arte. A fotografia ainda seria vista como uma extensão da pintura formalista e realista.

No seu conjunto, as fotografias das visitas de Estado, mostrando e testemunhando as honras conferidas ao monarca português, trabalharam, simbolicamente, para o engran-

decimento de D. Manuel II e para a legitimação simbólica do poder real e sustentação do *statu quo*, no caso, para a preservação e legitimação externa e interna da Monarquia Constitucional como forma de regime em Portugal.

É de relevar, ainda, a *facilidade de acesso* aos lugares e protagonistas que os fotojornalistas evidenciavam. Nas democracias liberais mediatizadas do início do século XX, o poder já não podia passar sem a publicitação controlada dos seus atos e a fotografia veiculada pela imprensa era, para este objetivo, um instrumento relevante.

De notar, também, a capacidade denotada pelos fotojornalistas, com a cumplicidade dos editores, de deslocar, ocasionalmente, a narrativa dos protagonistas e eventos centrais do acontecimento para personagens e assuntos colaterais e secundários que intensificam o *interesse humano* da fotorreportagem, sendo o exemplo da figura 15 particularmente eloquente.

A análise segmentada das coberturas fotográficas das três visitas de Estado de D. Manuel II ao estrangeiro produz ainda outra evidência: eram ocasiões com uma estrutura relativamente rígida – a receção aos chefes de Estado estrangeiros, as visitas a organismos relevantes, as ocasiões cerimoniais, como os banquetes, e, curiosamente, as caçadas – que facultava aos fotojornalistas a rotinização do seu trabalho, assente, conforme é patente nas imagens escolhidas como exemplos, na ambição de construir e oferecer aos leitores uma narrativa fotográfica cronológica dos acontecimentos que mostrasse as personagens e as suas interações ao longo do tempo, em espaços determinados.

Um outro aspeto a reter da narrativa iconográfica das visitas de Estado de D. Manuel II a Espanha, Inglaterra e França é o grau de destaque dado ao soberano português (cf. tabela 3).

Tabela 3. Fotografias em que o rei de Portugal é personagem central ou uma das personagens centrais.
Fonte: elaboração própria.

Visita a Espanha		Visita a Inglaterra		Visita a França		Totais	
N.º	%	N.º	%	N.º	%	N.º	%
37	35	39	40	14	82	90	41

Os dados expostos na tabela 3 evidenciam que o soberano português foi personagem destacada em 41% das fotos. No entanto, na cobertura visita de Estado a Espanha foi destacado em somente 35% das fotografias, enquanto na cobertura da visita de Estado a Inglaterra esta percentagem sobe um pouco, havendo vestígios visuais de D. Manuel II em 40% das fotografias. São percentagens relevantes, sim, mas que evidenciam que a cobertura dessas duas visitas de Estado, protagonizada pelo fotojornalista Joshua Benoliel,

atentou mais em aspetos contextuais e laterais dos acontecimentos e noutras personagens, incluindo os outros chefes de Estado, de países mais poderosos, do que no soberano português. Havia, certamente, muito para *mostrar* aos leitores da *Ilustração Portuguesa* para que estes se sintonizassem com a história em desenvolvimento perante os seus olhos e Joshua Benoliel foi diligente nesta matéria. A cobertura da visita de Estado de D. Manuel II a França, a que mereceu menos páginas, matérias e fotografias das três visitas de Estado, é, neste âmbito, atípica, pois o rei português é presença destacada em 82% das fotografias. A diferença nestes números residirá no facto de Benoliel não ter coberto a visita de Estado do rei português a França ou, pelo menos, de não se terem detetado vestígios disso. A *Ilustração Portuguesa* terá usado, assim, as fotografias que poderia comprar no mercado internacional de fotos informativas para a imprensa, que se ia consolidando desde o século XIX (Sousa, 2000).

Conclusões

A presente investigação propôs-se desvelar a estrutura da narrativa iconográfica que a revista semanal *Ilustração Portuguesa* construiu das visitas de Estado que o rei D. Manuel II realizou a Espanha, Inglaterra e França, em 1909, determinando as tipologias fotográficas e, por extensão, os temas, identificando os recursos expressivos usados e apurando os enquadramentos sugeridos para o acontecimento. Procurou, igualmente, entender qual era o conceito de reportagem fotográfica existente ao tempo.

A evidência produzida pelos dados recolhidos permite afirmar, primeiro, que as visitas de Estado foram noticiadas porque foram encaradas como singularidades notáveis, definidas no tempo e no espaço, e que combinam valores-notícia como a referência a pessoas (nomeadamente os chefes de Estado) e países de elite (Espanha, Inglaterra – como referência do Império Britânico – e França). As visitas de Estado do soberano português constituíram, portanto, para os portugueses coevos, um tema relevante e noticiável.

Segundo, os dados permitem, igualmente, afirmar que a narrativa iconográfica se centrou numa abordagem fotográfica e especificamente fotojornalística. Perante o realismo da fotografia, a gravura tinha já pouco lugar na cobertura dos acontecimentos, ainda que não tivesse sido abandonada – foi muito usada, uns anos mais tarde, na cobertura – nem sempre realista e muito contaminada pela propaganda – da I Guerra Mundial (Sousa, 2021).

Em terceiro lugar, os dados sugerem que a narrativa ofereceu ao leitor, principalmente, uma leitura fílmica, com uma proposta de leitura cronológica inerente, abrangente, dos três acontecimentos encadeados e interligados, assente na documentação testemunhal fotográfica de instantes dos diversos eventos que os compuseram, de acordo com os cânones expressivos da reportagem fotográfica coeva e por força da ação dos fotógrafos,

nomeadamente de Joshua Benoliel, e das escolhas do editor da *Ilustração Portuguesa*, Carlos Malheiro Dias. As fotos preencheram as páginas da *Ilustração Portuguesa* consagradas ao assunto, relegando o texto verbal para segundo plano, como é bem patente nas imagens 2 a 4, 6, 8, 10, 11, 13 e 14. Várias fotografias valorizaram o jovem soberano português na sua interação com os restantes chefes de Estado (figuras 5, 6, 7, 8, 10, 13, 14), conotando-o como jovem representante de uma Monarquia moderna que, reinventando-se no alvorecer de um reinado esperançoso, reunia apoios internacionais.

Quarto, face à evidência produzida pelos dados, pode concluir-se, igualmente, que a cobertura jornalística das visitas de Estado de D. Manuel II na *Ilustração Portuguesa* se centrou, conforme a teoria da noticiabilidade prevê, nas figuras do rei e dos restantes chefes de Estado. A revista construiu, assim, uma narrativa favorável ao monarca português e à Monarquia Constitucional portuguesa, na qual as fotografias ancoraram, em grande medida, a geração de sentido e a construção de significado para a viagem régia. No seu conjunto, texto verbal e texto iconográfico são apreciativos da Monarquia Portuguesa e de D. Manuel II, apesar da juventude e inexperiência do soberano. A abordagem da *Ilustração Portuguesa* aos acontecimentos também trabalha no sentido da legitimação da Monarquia Constitucional Portuguesa e do monarca que a encarnava. Enfatizava, ainda, simbolicamente, o apoio internacional à Monarquia lusa.

Em quinto lugar, notam-se semelhanças estruturais na narrativa fotográfica sobre cada uma das visitas de Estado. Independentemente do país em que se realizavam, essas ocasiões de Estado obedeceriam a programas relativamente padronizados – a receção aos chefes de Estado estrangeiros, as visitas institucionais, as cerimónias, como os banquetes, e as caçadas. Essa padronização facultava aos fotojornalistas a rotinização do seu trabalho, assente, conforme é patente nas imagens, na ambição de construir e oferecer aos leitores narrativas fotográficas dos acontecimentos, assentes numa cronologia real ou numa cronologia artificialmente construída pela sequência de imagens, que mostrassem as personagens e as suas interações ao longo do tempo, em espaços determinados.

Em sexto e último lugar, os dados revelam que a cobertura da visita de Estado de D. Manuel II a França foi a menos destacada das três nas páginas da *Ilustração Portuguesa*, possivelmente porque Espanha e Inglaterra eram aliadas ativas da Monarquia Portuguesa, o que não acontecia com a República Francesa, e porque o monarca português procurava, em Inglaterra, uma princesa ou aristocrata inglesa de sangue real para esposa, de maneira a solidificar a sua posição como soberano “intocável” (pelos republicanos) de Portugal.

Em suma, poderá afirmar-se que a cobertura fotojornalística das três visitas de Estado de D. Manuel II realizada pela *Ilustração Portuguesa* sustentou, simbolicamente, o *statu quo*, no tom presumivelmente pretendido pela Casa Real portuguesa – o rei português, inclu-

sivamente, foi fotografado a mostrar fotografias da *Ilustração Portuguesa* aos reis Afonso XIII e Eduardo VII (figura 11).

Das três hipóteses colocadas, a primeira pode ser aceite, já que o texto verbal e o texto imagístico se reforçaram, mutuamente, para gerar sentido, ainda que o redator tenha usado as palavras para descrever verbalmente as ações testemunhadas e documentadas fotograficamente, suprimindo, com informação verbal, as lacunas ontogénicas das fotografias no processo de geração de sentido, ou reforçando a própria informação visual. É de realçar, neste contexto, a abertura dos políticos ao trabalho dos fotógrafos. A presença destes últimos nos espaços dos acontecimentos – que influenciavam, pois o observador influencia o que observa, conforme se nota, com mais evidência, nos retratos (figuras 13 e 14), nos quais os sujeitos fotografados olham para a câmara – permitiu não apenas documentar, visualmente, diversos momentos das visitas de Estado, mas também propagandar o novo e jovem rei e a Monarquia Portuguesa, contribuindo para a legitimação simbólica do *statu quo* português e, portanto, do poder real e do regime monárquico. Nas democracias liberais, como eram Portugal, Espanha e França, o poder precisava da imprensa e, consequentemente, dos fotojornalistas e da fotografia jornalística, para se mediatizar e, assim, para se legitimar, continuamente, por meio da publicitação controlada e positiva dos atos dos seus protagonistas.

A segunda hipótese colocada não pode ser aceite, pois a cobertura, sem prescindir da formalidade em alguns retratos posados (figuras 13 e 14), seguiu um cânone descontraído. Os fotógrafos podiam aproximar-se do rei e de outras personagens e fotografá-los em ocasiões descontraídas. Havia notória cumplicidade – e confluência de interesses – entre os chefes de Estado e outros personagens dotados de capital social e político, por um lado, e os fotojornalistas, por outro lado. Os detentores de poder precisavam de publicitar os seus atos pela imprensa, ao tempo o principal meio de difusão massiva de mensagens, defendendo, assim, a sua utilidade e relevância e legitimando-se e valorizando-se, continuamente, aos olhos dos cidadãos em geral, aproximando-se, simbolicamente, destes últimos. Já os fotojornalistas ambicionavam executar diligentemente o seu trabalho, justificando o papel social e profissional que foram construindo. Queriam, também, certamente, sobressair e promoverem-se entre os seus pares e perante o público, obtendo reconhecimento, por meio da produção de fotografias informativas inéditas, exclusivas ou em primeira-mão, que não só testemunhassem os eventos que cobriam mas que também demonstrassem a sua competência enquanto fotógrafos, dando conta, nomeadamente, de um *olhar fotográfico* diferenciado e competente.

A terceira hipótese pode ser aceite, já que a narrativa, ainda que povoada, maioritariamente, por *fotografias de ação* que proporcionam uma versão sequencial dos acontecimentos encadeados, que poderíamos arriscar classificar como *filmica*, ainda que correndo um certo risco de anacronismo, valorizou os chefes de Estado, nomeadamente o rei de Portugal.

As restantes individualidades presentes acrescentaram importância simbólica às visitas de Estado, mas nunca ofuscaram a centralidade do monarca português e a dos restantes chefes de Estado.

Face aos dados apresentados, reportar com fotografias, ao tempo, era, assim, entendido, principalmente, como prover ao leitor uma série de imagens que, dispostas segundo uma sequência, construíssem uma narrativa scripto-visual que propusesse ao leitor uma leitura organizada, cronológica, dos acontecimentos, fosse esta cronologia real ou ficcional.

Bibliografia

- Almeida, J. M. (2022). *D. Manuel II. A biografia do último rei de Portugal*. Manuscrito Editora.
- Ander-Egg, E. (2011). Metodologias da animação sociocultural, in M. Lopes (Coord.), *Metodologias de investigação em animação sociocultural* (pp. 4-26). Intervenção – Associação para a Promoção e Divulgação Cultural.
- Arcari, A. (2001). *A fotografia: as formas, os objetos, o homem*. Edições 70.
- Ball-Rokeach, S. J. & DeFleur, M. L. (1976). A dependency model of mass-media effects. *Communication Research*, (3)1, 3-21. <https://doi.org/10.1177%2F009365027600300101>
- Barthes, R. (1984). A mensagem fotográfica, in R. Barthes (Ed.), *O óbvio e o obtuso* (pp. 13-25). Edições 70.
- Brooks, B. S., Kennedy G., Moen, D. R. & Ranly, D. (1988). *News reporting and writing*. St. Martin's Press.
- Duprat, V. (2012). *A amante do reizinho e outras histórias de D. Manuel II. Amores e desamores do último rei de Portugal*. Oficina do Livro.
- Entman, R. M., Matthes, J. & Pellicano, L. (2009). Nature, sources, and effects of news framing, in K. Wahl-Jorgensen, K. & T. Hanitzsch (Eds.), *The handbook of journalism studies* (pp. 175-190). Routledge.
- Fernandes, L. R. R. (2008). *Maçonaria e implantação da República*. (Dissertação de mestrado). Universidade de Aveiro. <http://hdl.handle.net/10773/2811>
- Filho, A. G. (2012). *O segredo da pirâmide. Para uma teoria marxista do jornalismo*. Insular.
- Fowler, R. (1994). *Language in the news*. 3rd edition. Routledge.
- Gadamer, H.-G. (1999). *Verdade e método. Traços fundamentais de uma hermenêutica filosófica*. (3th ed.). Vozes [original de 1960].
- Galtung, J. & Ruge, M. H. (1965). The structure of foreign news. The presentation of the Congo, Cuba and Cyprus crises in four Norwegian newspapers. *Journal of Peace Research*, 2(1), 64-90. <https://doi.org/10.1177%2F002234336500200104>
- Gamson, W. (1989). News as framing. *American Behavioural Scientist*, 33(2): 157-161.
- Gamson, W. A & Modigliani, A. (1987). The changing culture of affirmative action, in R. Braungart (ed.), *Research in political sociology* (vol. III, pp. 137-177). JAY Press.
- Gitlin, T. (1980). *The whole world is watching*. University of California Press.

- Goffman, E. (1974). *Frame analysis: an essay on the organization of experience*. Harvard University Press.
- Golding P. & Elliott P. (1988). News values and news production, in P. Marris & S. Thornham (Ed.), *Media studies: a reader* (pp. 635-647). Edinburgh University Press.
- Lima, H. (2012). *A imprensa portuense e os desafios da modernização*. Livros Horizonte & Centro de Investigação Media e Jornalismo.
- Maidment, B. (1996). *Reading popular prints, 1790-1870*. Manchester University Press.
- Marques, A. H. O. (1973). *História de Portugal*. Vol. III. Ágora.
- Marques, A. H. O. (1995). *Breve história de Portugal*. Presença.
- Martins, R. (1933). Prefácio. In *Arquivo gráfico da vida portuguesa 1903-1918* [coleção em fascículos de fotografias de Joshua Benoliel]. Bertrand.
- Martins, R. (1942). *Pequena história da imprensa portuguesa*. Inquérito.
- Oliveira, G. B. V. (1997). Flashes do passado: o fotojornalismo como fonte histórica. *Revista Eletrónica de História do Brasil*, 1(2).
- Orgad, S. (2012). *Media representation and global imagination*. Polity Press.
- Palmer, R. (1969). *Hermeneutics: interpretation theory in Schleiermacher, Dilthey, Heidegger, and Gadamer*. NUP.
- Peres, D. (1954). *História de Portugal: edição monumental*. Suplemento. Portucalense Editora.
- Proença, C. & Manique, A. P. (1990): *Ilustração Portuguesa*. Alfa.
- Ramos, R. (2001). *A segunda fundação. História de Portugal, 6, dir. José Mattoso*. Estampa.
- Ramos, R. (coord.), Sousa, B. V. & Monteiro, N. G. (2009). *História de Portugal. A esfera dos livros*.
- Ramos, R. (2005). *D. Carlos, 1863-1908*. Círculo de Leitores.
- Ricoeur, P. (1987). *Teoria da Interpretação*. Edições 70 [original de 1965].
- Rodrigues, A. D. (1988). O acontecimento. *Revista de Comunicação e Linguagens*, 8, 9-16.
- Rouillé, A. (2009). *A fotografia: entre documento e arte contemporânea*. Editora Senac São Paulo.
- Santos, R. (2005). Jornalismo português em finais do século XIX. Da identificação partidária à liberdade de reportar. *Media & Jornalismo*, 6, 83-94.
- Sardica, J. M. (2000). Poderes políticos e liberdade de expressão no século XIX. Censuras à imprensa durante a Monarquia. *História*, 23, 28-37.
- Sardica, J. M. (2009). O jornalismo e a *Intelligentsia* portuguesa nos finais da Monarquia Constitucional. *Comunicação & Cultura*, 7, 17-38. <https://revistas.ucp.pt/index.php/comunicacaoecultura/article/view/473> | <https://doi.org/10.34632/comunicacaoecultura.2009.473>
- Sardica, J. M. (2012). O poder visível: D. Carlos, a imprensa e a opinião pública no final da Monarquia Constitucional. *Análise Social*, XLVII-2.º(203), 344-368. <http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1341933211N8jUA9pk3Cj10SO1.pdf>
- Scheufele, B. (2008a). Content analysis, qualitative, in W. Donsbach (Ed.), *The international encyclopedia of communication* (vol. III, pp. 967-972). Blackwell Publishing.
- Scheufele, B. (2008b). Content analysis, quantitative, in W. Donsbach (Ed.), *The international encyclopedia of communication* (vol. III, pp. 972-978). Blackwell Publishing.
- Serén, M. C. (2004). *Ilustração Portuguesa*, in *Ilustração Portuguesa* (pp. 68-119). Centro Português de Fotografia/Ministério da Cultura.

- Serrão, J. V. (2003). *História de Portugal*. Vol. XI. Verbo.
- Sontag, S. (2015). *Olhando o sofrimento dos outros*. Quetzal
- Sousa, J. P. (2000). *Uma história crítica do fotojornalismo ocidental*. Letras Contemporâneas & Argos/UNOESC.
- Sousa, J. P. (2005a). *Elementos de jornalismo impresso*. Letras Contemporâneas.
- Sousa, J. P. (2005b). Construindo uma teoria multifatorial da notícia como uma teoria do jornalismo. *Estudos em Jornalismo & Mídia*, II(1), 73-94. <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/2090>
- Sousa, J. P. (2008). Uma história breve do jornalismo no Ocidente, in J. P. Sousa (org.), *Jornalismo: história, teoria e metodologia da pesquisa. Perspetivas luso-brasileiras* (pp. 12-93). Edições Universidade Fernando Pessoa. <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-breve-do-jornalismo-no-ocidente.pdf>
- Sousa, J. P. org. (2015). *Balas de Papel. A Imprensa Ilustrada e a Grande Guerra (1914-1918). Estudos Sobre Revistas de Portugal, Brasil e Espanha*. Media XXI.
- Sousa, J. P. (2017). *Veja! Nas Origens do Jornalismo Iconográfico em Portugal: Um Contributo para uma História das Revistas Ilustradas Portuguesas (1835-1914)*. Media XXI.
- Sousa, J. P. (2020). *Para uma história do jornalismo iconográfico em Portugal. Das Origens a 1926*. Livros ICNOVA. <https://www.icnova.fcsh.unl.pt/para-uma-historia-do-jornalismo-iconografico-em-portugal-das-origens-a-1926/>
- Sousa, J. P. (2021). *Portugal. Pequena história de um grande jornalismo I. Da manufatura à indústria*. Livros ICNOVA. <https://doi.org/10.34619/hyc1-qblv>
- Tashakkori, A., & Teddlie, C. (Eds.). (2010). *Sage handbook of mixed methods in social & behavioral research*. Sage.
- Traquina, N. (2002). *Jornalismo*. Quimera.
- Verón, E. (1983). Quand lire c'est faire: L'enunciation dans le discours de la presse écrite. *Semiotique III*. IRED.
- Verón, E. (2004). *Fragments de um tecido*. UNISINOS.
- Vieira, J. (2009). *Joshua Benoliel*. Círculo de Leitores.
- Wimmer, R. D. & Dominick, J. R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Bosch.
- Wolf, M. (1987). *Teorias da Comunicação*. Presença.

Alinhavar o manequim ditatorial. Uma proposta de análise a partir da propaganda visual do franquismo e seus *sítios memoriais*¹

Noemi Díaz Rodríguez

Universidad de Oviedo

diaznoemi@uniovi.es / diazrdgz.noemi@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-5363-366X>

Resumo: O controlo dos regimes do século XX floresceu em torno de uma série de táticas mediáticas cujo espetro visual exerceu um grande impacto. A ditadura espanhola recorreu à utilização de ambientes locais como espaços para a recondução ideologizada dos chamados 'lugares de memória' por Pierre Nora; seja através de arquiteturas efémeras ou do seu emprego em calendários de grande relevância na narrativa histórica anterior e da época.

Mais concretamente, o franquismo baseou a sua lógica na (re)cuperação ou (re)conquista dos territórios espanhóis durante a Guerra Civil, recorrendo aos de maior simbologia nacionalista para as suas propostas propagandísticas e destacando, entre elas, a dimensão asturiana para a sua personificação no que denominamos como 'pseudopelayismo'. A partir desta ideia, este artigo centra-se no levantamento hemerográfico dos meios e sistemas de comunicação gráfica, analisando a cobertura com que deram corpo a Francisco Franco como Caudilho reconquistador e benfeitor. Estas abordagens asturianas facilitam a análise sociocultural do manequim ditatorial, bem como a sua utilização da região a conveniência e, além disso, como ferramenta fundamental na elaboração do alcance discursivo e doutrinator executado desde então

Palavras-chave: Franquismo; Astúrias; propaganda visual; *sítios memoriais*

Introdução

Com frequência, a categoria da fotografia –ou da imagem em geral– como elemento puro e objetivo tem-se sobreposto a outras condições ou perspectivas. Talvez, em demasiadas ocasiões. Tende-se a respeitar o valor documental e testemunhal das imagens. Esquecendo, ou não observando, as metodologias de assimilação e comunicação que existem por trás. Quanto menos visíveis forem, melhor realizada está tal fotografia e melhor cumpre o seu propósito propagandístico.

A propósito das imagens de culto ditatorial, a sua principal tarefa residiu em tornar o espectador vítima de uma coletividade nacional verdadeiramente imaginada, imposta e ex-

¹ Esta contribuição faz parte de uma investigação maior, em formato de tese de doutoramento, formalizada no Departamento de História da Arte e Musicologia da Universidade de Oviedo. A investigação dedica-se à história do fotojornalismo e da fotografia documental nas Astúrias, entre 1934 e 1982, compreendendo o valor das imagens como construtoras de identidades e memórias. Esta contribuição foi também alcançada graças a uma estadia de investigação na Universidade Fernando Pessoa, no Porto, sob a direção de Jorge Pedro Sousa, a quem agradeço enormemente os seus conselhos. Tudo isso me permitiu analisar, alargar a minha investigação e enriquecê-la com comparações hispano-lusas, cujos resultados também são aqui incluídos.

cludente. Este último aspeto, embora paradoxal porquanto comporta a defesa da ‘unidade’ patriótica, encontra a sua razão de ser no que Zira Box aponta como “a institucionalização dos símbolos” (2014, p. 8). Sobrepondo-se à heterogeneidade anterior –ideológica, cultural, administrativa–, desenhou-se uma consciência nacional mais individualista e elusiva de qualquer fórmula de variedade ou regionalismo, excetuando o que lhe pudesse resultar adulator, servil e conveniente.

A motivação das seguintes páginas é concretizar cuais estruturas e recursos comunicativos foram essenciais para alcançar este fim, analisar cuais elementos adquiriram –e como– uma representatividade maior ou mais frutuosa nesses organismos e, em definitiva, desvendar quantas outras questões ficaram pelo caminho, almejando enriquecer a história social da visualidade comum. Partindo da análise das imagens inseridas nos seus principais canais de comunicação –especialmente, na imprensa ou próprias do fotodocumentalismo da época–, concentramo-nos em torno do recurso aos espaços regionalistas durante o calendário bélico para a sua reelaboração posterior em territórios reconquistados e sobre os quais dramatizar a Cruzada, ou a Gesta, do Caudilho.

De forma mais concreta, procedemos ao levantamento hemerográfico do jornalismo asturiano, desde 1937 e os primeiros anos do Franquismo. Verificando, nele, particularidades localistas que cimentaram o discurso ditatorial nacional para, depois, se dobrarem ao mesmo dentro dessa folclorização domesticada do Regime (Boyd, 2007b; Zimmerman, 2018, pp. 155-182).

1. Estado da questão

A propósito da análise globalizante dos meios de comunicação social espanhóis durante a Guerra Civil, Guillaumet propõe os seguintes elementos de rutura e continuidade, superando os primeiros numericamente os segundos. Por um lado, a suspensão da liberdade de imprensa, censura e orientação governativa; a limitação da atividade das empresas e da função informativa da rádio; a depuração profissional e nomeação de diretores; a criação de jornais, emissoras e agências; a proibição de línguas não-oficiais; e, como fatores transversais, a manutenção dos diários de direita e a reestruturação da rádio e das associações de imprensa (Guillaumet, 2002, pp. 585-596). Em última instância, particularizamos esta atuação como a (re)construção do conteúdo para fortalecer o continente. Ou seja, priorizar a face visível do novo Regime vigorando os seus padrões exteriores, ao mesmo tempo que se intervêm os interiores.

Como todo o elemento que nasce, a primeira etapa do Franquismo caracterizou-se por uma execução eficaz e enérgica, segura e adequada à moral e ao correto comportamento social. A Ditadura mal se mostrou embrionária em quase nenhum aspeto, graças, em parte, à aprendizagem alcançada nos territórios simpatizantes com a sublevação, seja ini-

cialmente ou em todos aqueles conquistados com premência. O resultado, pois, foi um projeto autárquico preocupado com o papel da comunicação como ferramenta de representação e legitimação, sendo o setor jornalístico o mais favorável para “infundir princípios, atitudes, formas de comportamento: um código ético graças ao qual os espanhóis apoiariam a causa de Franco” (Martín de la Guardia, 2006, p. 17).

A este respeito, consolidar satisfatoriamente o apoio civil –ainda mais quando o seu discurso não era, de modo algum, compreendido da mesma forma *por dentro* e *por fora*– implicou também encenar uma Espanha dicotômica. Ou seja, confrontar o que é –ou deve ser– com o que não é. Nesta linha, as imagens produzidas a partir de 1939 nascem da construção de uma estética espanholizante que reconduziu –ou melhor, reprimiu– as temáticas e as expressões gráficas existentes para, daí em diante, propagar o culto exclusivo à personalidade, a autenticidade e o sentimento pátrio considerados pelo Franquismo.

Ao período pós-guerra sobreviveu, assim, a distração, o acomodamento obrigado, a omissão e a desinformação. A nação era ‘una, grande e libre’. Não existia a fome nem a miséria. Perante qualquer vislumbre de dúvida, a árvore propagandística do Regime atacava e reconduzia essas possíveis fugas de informação para a magnificência da sua figura ditatorial, a legitimação do Movimento e das suas distintas ações para recuperar a compostura do país. Como não estar, senão, agradecidos?

Espanha e as suas regiões debatiam-se entre uma paisagem cultural raquítica, uma demografia relativamente descendente e uma progressiva diferenciação de classes sociais. As quais, por imposição, claudicaram perante a criação de uma série de memórias expropriadas, assimilando com maior ou menor consciência o que era ‘ser espanhol’. Ampliando estas ideias, este artigo reflete sobre a particularidade do ‘ser’ asturiano, a partir do ‘ser’ caudilhado do Franquismo. Assim como, os padrões e cenários que constituíram a sua alteridade regional, ‘o contrário’ e ‘o indigno’. Para isso, analisamos o emprego dos locais e da simbologia local como ferramentas de uso propagandístico na construção dos sentimentos e identidades, detetando uma organicidade em tal emprego, desde a conveniência à ressignificação. Em tudo isto, a fotografia e a visualidade resultantes foram essenciais.

2. Referencial teórico

A análise de uma figura tão poliédrica como a de Francisco Franco deve ater-se à conceção do jornalismo como meio de comunicação predileto², preocupando-se, sobretudo,

² Um facto anedótico, nem por isso menos importante a este respeito, foi a sua nomeação como “o primeiro jornalista espanhol”, obtendo o cartão de Honra nº1 da Direção de Imprensa –ABC, Ano XLII, nº13.536, 21-VII-1949–. Sobre a faceta articulista do Caudilho, vid. Sánchez-Illán e Lumbreras Martínez (2016).

com o controlo das suas resenhas gráficas. A sua aplicação ao construto espanholizante transitou, portanto, pelos desígnios de uma personalidade autoritária. A qual, ligando-se a outros perfis semelhantes— precedentes ou contemporâneos— participou ativamente do seu ungimento pessoal como porta-voz da nação espanhola.

Elevado sobre o Alcázar de Toledo, tal nomeação aconteceu a 27 de setembro de 1936, sendo depois investido como tal, em Burgos, a 1 de outubro³. Proferiu, então, umas palavras com as quais uniu, no que se segue, o seu cargo de benfeitor do projeto estatal à identidade patriótica propriamente dita: “Espanhóis, sou o coração de Espanha”⁴, “temos o mais vivo empenho —continuou— em que não haja um único lar sem luz e sem pão”⁵. Espanha era Franco e as suas conquistas eram, em si, do Caudilho.

De acordo com Tusell Gómez, foi conhecedor, como qualquer outro interessado pelo grémio mediático, da importância moral e política do lugar como espaço propagandístico: “o aproveitamento desta circunstância demonstrou a sua invejável capacidade para medir o tempo político, que ele exibiria em ocasiões posteriores, especialmente no processo de unificação das forças que já liderava” (1992, pp. 52-53). Portanto, é uma personalidade rigorosa no que à produção de si mesmo se refere. Ao abrigo de uma boa “imagem”, conseguiu elaborar uma rede de contactos muito benéfica para o seu desenvolvimento profissional e diplomático posterior. A sua consagração aconteceu, nesta linha, conforme engrossava a sua lista pessoal de triunfos. Uns êxitos, por sua vez, trasladados por uma cobertura mediática arbitrária e dependente da simbologia histórico-geográfica⁶ de cada um deles, e não da sua importância tática ou militar. O protagonismo visual destinou-se, desde então, ao condensador ideológico de tais proezas.

Em definitiva, a conceção corpórea do franquismo deriva da “iconologia do caudilhismo”⁷ do século XX desenvolvida por José Carlos Mainer. Aquela mantida durante o tempo de poder e revestida anacronicamente: “homens na sua primeira maturidade, sérios e magnéticos, permanentemente vestidos de uniforme que era o símbolo da sua vigilância e

³ Cabe recordar aqui, no entanto, que a disposição do manequim franquista em torno desses galardões —Presidente da Nação, Chefe de Estado, Caudilho ou Generalíssimo das Forças Nacionais— resultou casual, progressiva e propiciada pelas competitividades internas do lado sublevado. Por outras palavras, Franco não foi original nem indiscutivelmente a figura para a qual se pretendia concretizar a representatividade gloriosa do país.

⁴ Región, Ano XIV, nº4.082, 2-X-1936, p. 1.

⁵ La Voz de Asturias, Ano XIV, nº4.187, 2-X-1936, p. 1.

⁶ É o caso da vitória em Toledo, de escasso interesse estratégico face ao resto, mas simbólica e historicamente um dos berços da Nação que se ia prefigurando. Motivo pelo qual, se realizou uma importante campanha visual com Franco como imagem protagonista. Por outro lado, gostaríamos de sublinhar que nem sempre participava ativa ou fisicamente em todas as Frentes. Situar-se em determinados pontos da geografia espanhola e executar o seu consequente testemunho gráfico foi algo premeditado.

⁷ Não em vão, o fotógrafo de câmara do Regime, Jalón Ángel, editou em 1939 a série postal Forjadores de Império, forjando na memória o megalómano retrato do ditador espanhol com o braço no ar. Nesta mesma pose participou também a sua filha, Carmencita, sendo comum a reiteração de uma iconografia afim e revestida também por um barrete quartelário para a adesão dos mais jovens.

permanentemente confrontados com a multidão que os aclama, como sinal da responsabilidade histórica que fizeram sua” (2002, pp. 27-28).

Se aderimos esta visualidade a um único corpo, a “identidade ou *idem*, do latim, «o mesmo», sublinha Bassat, “provavelmente estará associada a *identidem*, «uma e outra vez». E é que uma das características da imagem é que se constrói ao impactar uma e outra vez” (2006, p. 74). Na aplicação –sempre lúcida– deste facto à anatomia franquista interveio, segundo Sánchez-Biosca, a construção do “mito à autoimagem” (2002, p. 23); desconhecendo, pessoalmente, se existe uma forma mais precisa para condensar tal fenómeno. O franquismo não só adaptou conscientemente a essa identidade uma vez chegou ao poder –e em analogia direta com os seus contemporâneos europeus– mas foi algo já exercitado desde as campanhas militares anteriores à fissura espanhola de 1936.

Ao considerar o seu mandato como algo nascido da contravenção política, sublinhávamos essa necessidade de criar e consolidar uma série de espaços, símbolos e iconografias que contribuíssem para a sua legitimação. Dentro dos mesmos, era preciso estabelecer uma sólida categorização. Um desejo derivado, claro está, da consigna unificadora do futuro Regime. Quando esse anseio se entrelaçou com o de uma Nação agora maiúscula e cimentada –assim prevista desde tempos de guerra– tornou palpável a necessidade de um ponto de origem para a identidade nacional. No início não foi explicitamente comum, mas sim credencial e imposto como tal. Como “viver sem Pátria” era, em definitiva, “viver sem mãe”⁸, a propaganda sublevada iniciou essa classificação cenográfica de espaços até então dispersos pelo mapa espanhol. Começou com ensaios ideológicos nos territórios primeiramente conquistados –ou reconquistados, para eles–. Observando, depois, qual poderia refletir mais satisfatoriamente as bases deste projeto. Ao entrelaçar esses lugares de memória com a intervenção e a apropriação nacionalista da história, Astúrias foi um dos seus cenários prediletos.

2.1. Lugares para acaudilhar, serão assim tão necessários?

Para ampliar essas considerações, torna-se necessária a sua contraposição com outros regimes contemporâneos, a fim de justificar adequadamente os níveis de semelhanças ou particularidades mediáticas do Regime espanhol.

A este respeito, a aplicação e “humanização” propagandística da figura do líder entrelaça-se aqui com o conceito “noraniano”⁹ dos *lieux de mémoire*. Em concreto, será possível

⁸ La Nueva España, Ano I, nº1, 19-XII-1936, p. 3.

⁹ Doravante, aludimos com este termo ao historiador francês Pierre Nora e à sua obra homónima, *Les lieux de mémoire* (1984-1992).

incluir estas caracterizações em ambos os regimes ibéricos, o franquismo e o salazarismo, ou ocorrerá maioritariamente no primeiro em detrimento do segundo por alguma razão?

Ao adentrarmos a senda sociológica da propaganda portuguesa¹⁰ as primeiras diferenças ou suturas entre dois mandatos cujo apoio acabou por ser cauteloso, observando-se não tanto pelo irenismo, mas de costas (Reis Torgal, 2009, pp. 286-287). Ao contrário do líder ferrolano, o arauto português provinha de um contexto familiar mais humilde, camponês e alicerçado no povo. Essa proximidade adquiriu verdadeira significação após o levantamento militar de Gomes da Costa, a 28 de maio de 1926, próxima do primorrverismo porquanto desprovido de imposição bélica para a sua constituição e renomeada, agora em contraposição à ditadura espanhola, com a terminologia de “Revolução nacional”, sem o caráter pejorativo entendido no Espanha¹¹. Foi então que um jovem seminarista e professor de economia foi nomeado ministro das Finanças. Nesse cargo, Salazar conseguiu reconduzir a degradante situação monetária do país atlântico, consequência da Grande Guerra, em seu proveito. Para a memória popular, salvou a nação, escalando progressivamente para a institucionalização, em 1933, do que conhecemos como “Estado Novo”¹².

Na memória popular, “salvou” o seu país. E constituiu-se, ao contrário do franquismo, evitando a construção de um único ‘chefe logístico’ de Estado. Também não foi uma ditadura ontogénica. Sobre esta ‘presidência de conselheirismos’, Pais de Sousa (2012, 2013) aludiu ao termo ‘fascismo catedrático’ de Unamuno para defender a sua visão do organograma salazarista como uma categoria politológica desenvolvida da seguinte forma: “[...] com base numa lógica de pensamento doutrinário e numa cultura política de matriz nacionalista antidemocrática e corporativista [...] reformista e conservadora”.

Por todas estas razões, torna-se evidente como este projeto, apelidado de “autoritário” ou “ditatorial” consoante as fontes verificadas, desdobrou a opinião espanhola e o juízo dos seus meios de comunicação. Por um lado, entre aqueles que consideravam que legitimava a “violência revolucionária”¹³; por outro, e seja por proximidade ideológica ou por contradizer os pressupostos dos demais diários, alguns encontraram em Portugal uma referência a considerar, um “país de imitação da Europa do liberalismo com cinquenta anos de atraso”

¹⁰ Nesta linha, são essenciais os trabalhos de Sena (1998), Costa Pinto e Gonçalo Monteiro (2000), Lopes Cardoso (2020, 2022a-b), Mata e Carvalho Coutinho (2022), Nunes (2005), Sousa –para além da sua releitura (2004a-b) e coordenações de obras com Baptista (2020) e Azevedo (2021)–, bem como as aproximações lusas sob a ótica espanhola, seja sobre o controlo comunicativo –Almúñia Fernández (2002b, 2024), Sousa (2010, pp. 44-57)– ou a representatividade salazarista –Pena Rodríguez (2002, 2013a, 2013b, 2016, 2017, 2019, 2024)–.

¹¹ De facto, durante o franquismo, aboliu-se qualquer referência ao país luso sob a dita terminologia, surgindo as suas primeiras alusões no período compreendido entre 24 de abril de 1974 e 25 de novembro de 1975. As referidas referências –atravessadas, recorde-se, pelo controlo censor da EFE ou Cifra – entoaram um catálogo de sinónimos para o fim da sua ditadura: movimento, catástrofe portuguesa, pesadelo, queda do salazarismo, terror, rebelião.

¹² Embora, o seu projeto constitucional seja submetido a revisão em 1932.

¹³ El Liberal, Ano LV, nº19.449, 21-III-1933, p. 1.

que “[...] se quer salvar e põe os meios para se salvar incorporando-se ao movimento geral na Europa”¹⁴. Desta forma, no seu interior –e cortesmente aconselhado pelo seu gabinete de divulgadores¹⁵–, o ditador luso forjou uma relação fronteiriça suficientemente flexível e orgânica, capaz de sobreviver ao mais volúvel dos caprichos. Além disso, concebeu precocemente uma fútil propaganda mediática que subestimava a autossuficiência da população, facilitando o trabalho messiânico de Salazar como operário do povo.

Após esta sucinta mas necessária concessão contextual e, seguindo a premissa do historiador e memorialista português Manuel Loff, sobre como “todo o processo de reconstrução de memória coletiva perpetua a cronologia da evolução política, social e cultural” (2015, p. 28), interessa-nos descrever brevemente o seu comportamento gráfico para, por último, assinalar as suas semelhanças ou discrepâncias com as propostas espanholas, sendo as Astúrias o caso prático analisado.

Em primeiro lugar e, desejando responder à questão de saber se é possível urdir uma narrativa sobre as iconografias ditatoriais a partir das suas semelhanças, detetamos a sua principal convergência na adesão visual à personalização e ao culto ao líder eleito. No caso português, adquirindo especial protagonismo nas suas revistas, onde “as inovações gráficas e fotográficas seguiram a propaganda da sua imagem, revelando a necessidade de acrescentar à retórica da palavra a retórica da imagem” (Cintra Torres e Serra, 2019, p. 69). Desta forma, os seus retratos desenharam um discurso evolutivo e em paralelo à sua progressão política, de ‘chefe em construção’ –a par com o país– para alcançar, finalmente, a figura de um ‘chefe confirmado’ (Cintra Torres e Serra, 2017), mitificada e endeusada.

No que respeita aos lugares de memória, aos cenários monumentais ou às infografias revestidas de história e tradição, Salazar apelou a eles cuidadosamente em várias crónicas e reportagens de imprensa. Sena classificou estas imagens, não sem acerto pelo que advertimos depois, de “fotografias anedóticas” (1998, p. 247). Essencialmente, ao comprovar nesses espaços o ponto final das semelhanças entre um regime e o outro. Embora tenha existido certa continuidade propagandística associada a determinadas datas¹⁶, a proposta salazarista foi mais propensa a encená-las em torno de elementos móveis –arquiteturas efémeras¹⁷, embaixadas, desfiles militares– e não físicos ou historicamente pré-estabelecidos. Com efeito, é mais plausível aludir a *efemérides* de memória, do que a *lugares*.

¹⁴ El Siglo Futuro, Ano XXVI, nº7.860, 21-III-1933, p. 1.

¹⁵ Destacando o que foi o Suñer português entre 1932 e 1949, António Ferro, e o ideólogo de câmara do Regime, João Ameal. Este último realizou a primeira História da Revolução Nacional do Estado Novo ou Anais da Revolução Nacional acompanhada, não sem casualidade, de um conveniente aditamento fotográfico.

¹⁶ Exceptuando o 28 de maio –Dia da Revolução Nacional–, mais propriamente celebrado no seu local originário –Braga–, o resto das celebrações habituou Lisboa por questões de capitalidade: 19 de março –Referendo Constitucional–, 28 de abril –nascimento de Salazar–, 10 de junho –Dia da Raça, atual Dia de Portugal–.

¹⁷ Algumas, musealizadas na Exposição do Mundo Português de 1940, unindo a tradição, a história e o folclore luso (Gori, 2018).

Nesse caso, estes aniversários serviram de veículo para concretizar, visualmente, a figura de Salazar como “ditador panótico” (Cintra Torres e Serra, 2019), como os *lieux de mémoire* o fizeram com o franquismo. Isto é, regendo vertebral e transversalmente a sua personificação ideológica de maneira arbitrária e conveniente, magnificando o líder a partir do folclore do calendário e da inconsciência popular.



Figura 1. *Mundo Gráfico*, nº14, 30-IV-1941.
Fonte: Hemeroteca Digital de Lisboa.

Na ditadura lusa, portanto, a imagem reside no corpo – visível ou não – que lhe confere nome, como ‘resposta natural do regime para blindar o poder e defender a estabilidade do Governo em torno da entronizada e indiscutível figura do seu líder’ (Pena Rodríguez, 2017, p. 75). Mas, e isto é essencial, sem necessidade legitimadora. Não precisa da intensidade

nem da reiteração propagandística que se verificou no caso espanhol, algo advertido, inclusivamente, pelo jornalismo português durante a Guerra Civil:

Estamos num momento em que os que defendem uma ideologia política de salvação e engrandecimento nacional necessitam de realizar uma intensa e contínua propaganda dos seus princípios e convicções, como meio de defesa própria, de ilustração dos demais e de oposição à propaganda contrária às doutrinas desnacionalizadoras¹⁸.

De tudo isto, cabe-nos questionar as motivações da insistência franquista no conceito “norianiano”, no seu caso, materializado geográfica e cenograficamente, e não de forma imaterial nem calendar. A causa principal corresponde, pelo menos assim o concluímos, a uma necessidade ideológica, aparentemente desnecessária para o português. Nos seus anseios legitimadores interveio o próprio levantamento militar imposto desde 1936, desejos imperialistas e de validação histórica-nacional. Em contraposição, o salazarismo quase não se destacou por aludir a datas passadas, em vez das projetadas dentro da sua própria abrangência ditatorial. Além disso, embora ambos os regimes se sustentassem em motivações salvíficas, as de um foram económicas – por conseguinte práticas, constatáveis e tangíveis –, a do outro era moralista, subjetiva e ideologicamente credencial. Embora Fernando Rosas (2013) teorizasse “a arte de saber durar” para ambos os líderes, cabe considerar a descontinuidade do franquismo com a política precedente, republicana, como uma das fundamentações da onnipresença e da justificação do ditador espanhol. Não só no leque de jubileus construído, mas também em ambientes específicos para a sua celebração, como algo imprescindível para o triunfo do seu projeto nacionalista. Entre os recantos destes lugares de memória, as Astúrias foram um dos seus encontros mais frequentes¹⁹.

3. Metas e metodologia

Com estas bases, os objetivos principais desta investigação são:

- a. Defender que os meios de comunicação podem ser vistos como um álbum ou memória social coletiva e partilhada. As imagens presentes nos jornais (e na comunicação em geral) gravam-se nas memórias das pessoas, influenciando a forma como estas entendem e recordam a sua história recente e a sua identidade.
- b. Enriquecer a análise das táticas de comunicação franquistas a partir de uma análise mais plural e comparativa com outros regimes ibéricos.

¹⁸ O Século, Ano LVII, nº27.806, 21-V-1937, p. 1.

¹⁹ Referencia a la crónica publicada en La Nueva España con motivo de su fallecimiento, ubicando a la región como telón de fondo prioritario en sus gestas propagandísticas.

- c. Compreender a importância de uma região normativamente isolada dos estudos gerais sobre comunicação espanhola, as Astúrias, para a revalorizar as suas particularidades.

Para alcançar estes objetivos, e desejando estabelecer pontos de encontro e de divergência entre ambas as ditaduras ibéricas para, depois, desenvolver as particularidades do Franquismo (também nas Astúrias), esta proposta parte da análise dual de fontes hemerográficas e bibliográficas, espanholas e portuguesas.

O referido levantamento hemerográfico centra a sua atenção no comportamento visual de ambos os líderes políticos, Franco e Salazar. Procedendo, finalmente, à análise qualitativa da sua simbologia mediática, iconografia propagandística do líder e ‘imagem’ ou ‘memória visual’ para a memória coletiva. A referida análise é, portanto, necessariamente interdisciplinar, aplicando as metodologias próprias dos Estudos Culturais, da Cultura Visual e da sociologia da Comunicação Visual.

4. Resultados e discussão

4.1. *Astúrias, estudo de caso*

Anteriormente, advertimos a arbitrariedade do “recurso asturiano”: um processo de ida e volta entre o antipatriótico e a sua reconversão nacionalista, conforme os tempos assim o exigiam. Macmillan escreveu que a história –entenda-se, hegemónica– era, em si mesma, “tão tranquilizadora e tão atrativa [...] oferece simplicidade, quando o presente nos parece desconcertante e caótico [...] pode ser também uma via de escape do presente” (2005, pp. 27-28). Nessas palavras, condensou e adaptou perfeitamente o discurso do objetivo “divino” dos nacionalismos e a potestade das suas raízes pátrias: uns relatos impostos para apaziguar, mitigar e doutrinar a população.

Neste momento específico da redação, ressoa o critério de Savater, segundo o qual, o “nacionalismo” é “o que inventa a nação, não a preexistência desta que o origina” ([1984] 2017, p. 42). Estas “comunidades imaginadas”, acrescenta Anderson (1993), são criadas, e não inatas, por quem as habita. É, portanto, uma atuação inversa, onde a sociedade configura a sua ‘ideia’ de nação, e não o contrário. Em tal processo, existe uma tendência tão anacrónica quanto humana: a de entesourar ou salvaguardar o poder num único corpo, um guia ou cadafalso dos seus princípios e dos seus traços identitários fundamentais.



Figura 2. Capas regionais sobre o Dia da Vitória, publicadas a 2 de abril de 1939.

Fonte: Biblioteca Virtual do Principado das Astúrias, Biblioteca Pérez de Ayala e Hemeroteca *El Comercio*.

Então, como se “reproduziu” esta personalidade ditatorial na região? Nesta linha, o franquismo instrumentalizou a propaganda em torno da “imagen” asturiana de forma pendular, do nacional para o regional, caminhando de novo para o primeiro através da difusão do “covadonguismo”. A arbitrária atenção mediática comentada referendou a habilidade do Regime em (auto)definir-se por comparação, apropriação e reformulação. De acordo com San Martín Antuña,

[...] a Nação Espanhola, que só se eles [os separatistas periféricos] fossem eliminados poderia ser totalmente ela mesma. Desta maneira, o processo discursivo de construção identitária descansava também nesta tentativa de evitar o bloqueio de uma imaginada identidade espanhola plena, através de uma externalização do Outro – que ameaça a nossa identidade –, mediante a construção de fronteiras políticas. Na parte externa dessa fronteira encontraríamos uma série de outros equivalentes organizados à volta do significante mestre dos “inimigos da nação”, uma pura alteridade no seu sentido mais radical [...] Formulando de outra maneira: pela

presença de uma forma espanhola de gozo orgânica e primordial. A alteridade que lhe impede de ser totalmente ela mesma será a ampla categoria de “separatismo periférico” (que inclui não só todos os movimentos nacionalistas e regionalistas, mas também qualquer “material cultural” que escape ao padrão imaginado, que não possa ser simbolizado nos seus termos) (2006, p. 70).

Nesta linha, o referido fenómeno do “covadonguismo” implicou durante um embrionário franquismo o “imaginário social que constrói as Astúrias como sujeito histórico, que ao mesmo tempo o devolve progressivamente a uma entidade espanhola mais ampla” (San Martín Antuña, 2006, p. 65). Em acréscimo, Guardado sublinha-nos a capacidade “purgatória” do mesmo para desmistificar os mitos, ou mitificar o popular e folclórico:

A realidade é que, depois da guerra, o franquismo asturiano tem pela frente um trabalho muito complicado: deve refazer e limpar a imagem de umas Astúrias que é considerada parte da anti-Espanha, um termo que o regime fascista vai continuar a usar para agrupar todos os inimigos interiores e exteriores que se movem ao som da conspiração judaica, maçónica e soviética. Trata-se agora de recuperar, passo a passo, a imagem daquelas Astúrias verdes e patriarcais, que honravam a sua história e «que todos os espanhóis aprendemos a querer e admirar», escrevia o jornalista Isidoro Millán, que culpava da desinformação das Astúrias –que não se incorporou inicialmente à «nova reconquista»– os ventos de perdição e génios malféficos que lhe tinham posto «duas vezes o punhal nas mãos». «Duas vezes, duas / tiveste / a ocasião para te jogares / a vida numa partida», escreveria também em 1937 Pedro Garfias, referindo-se aos mesmos factos – do espetro ideológico republicano – no poema *Astúrias*, que viria a ser musicado por Víctor Manuel naquele disco editado em 1976 (Guardado, 2023, pp. 402-403).

Com efeito, a essa “nova” Covadonga não se aludiu explicitamente até finais de 1939 por vários motivos, internos e externos. O primeiro foi logístico. Os acenos gráficos locais foram escassos ou inexistentes entre outubro de 1937 e os últimos meses do conhecido depois como “Ano da Vitória”. Os índices visuais mínimos nos seus meios habituais –*Región*– apenas se recuperaram até então. Antecipando-se o jornal *Voluntad*, embora sem continuidade ainda, no inverno de 1938.

O segundo remete para o cenário de 1 de abril de 1939. Uma vez finalizada a guerra, o ‘corpo nacional’ purificou a ‘imagem unida’ do país com um espaço para a sua consagração e legitimação, na primeira visita à região dentro do calendário do franquismo. Foi então que, já não casualmente, as redações regionais mais sensíveis ao visual retomaram levemente a dita natureza. Aos já citados, seguiram-se *La Nueva España* e, mais arbitra-

riamente, *La Voz de Avilés*²⁰ e *La Voz de Asturias*²¹. *El Comercio*, por sua vez, manteve-se fiel à sua animosidade a partir do textual. Em maior ou menor medida, Astúrias evoluiu da propaganda triunfalista e militarizada para outras avalizadas e desenhadas pelo Estado. Encomendadas, todas elas, a amplificar a imaterialidade do Regime –os *slogans* ou os cânticos– no corpo do ditador. Participantes, portanto, no seu patrocínio representativo, esta “construção pessoal do carisma” (Pinilla García, 2016, p. 171) professou-se de igual forma nos lugares de memória pré-selecionados da geografia espanhola: desde a apropriação e ressignificação dos seus traços locais –mais por necessidade do que por convicção– até simbologias mais nacionalistas, fazendo com que o dito “condensador ideológico” fosse próximo e “próprio” para todos os espanhóis.

4.1.1. *Sítios herdados*

Embora tenhamos assinalado Covadonga como cenário predileto, convém recordar aqui a ideia esboçada de classificação ou categorização, também à luz do capricho e da conveniência. Detetamos, assim, duas particularidades no recurso franquista aos *lieux de mémoire* o *sítios memoriais*, propondo a possibilidade de lhes adicionar um ou outro subtítulo segundo a sua capacidade funcional para o Estado: por um lado, os “herdados” –podendo aqui também apelidá-los de “ideológicos”– e, por outro, os de “consagração” ou “constituição”.

Os primeiros são reconhecidos popular e socialmente como espaços de grandes feitos históricos, favorecendo a relação pública entre o referido passado e qualquer ato ali realizado contemporaneamente, assim como a ideologia organizadora. Os segundos coexistem numa mesma linha temporal com os agentes que os reaproveitam, carecendo de um relato pretérito. Aludimos, por exemplo, a cenários de grande carga ou singularidade bélica entre 1936 e 1939. Sejam ruínas ou tábuas ainda mais rasas, estes espaços precisam de um adereço de acordo com o acréscimo “lendário” da sua “nova significação”, enfeitando-se com arquiteturas efémeras. Por sua vez, enfeitadas com jugos e flechas ou outros aspetos colonizadores, vinculando todos entre si (Blanco González, 2020). No caso das Astúrias, Covadonga pertence ao primeiro setor, e Simancas ou o Jardín de los Reyes Caudillos, ao segundo.

Por outro lado, parte da singularidade local ao seu discurso pronacionalista, mutável conforme a funcionalidade ideológica que estes lugares adquiram. Uma questão, por sua vez,

²⁰ De entre os periódicos de menor índice visual, *La Voz de Avilés* melhorou a sua paginação mais tarde, a partir de 1941, quando se viu forçada à aquisição de uma rudimentar linotipo em segunda mão para as fotografias (Muñiz Sánchez, 2008, pp. 306-307) e não mostrando um interesse análogo às mesmas até, precisamente, o início da campanha propagandística do Caudilho na Astúrias.

²¹ Em parte, também, afetado pela desvalorização profissional que empalideceu os meios externos à Cadeia azul do Movimento.

dependente do ideário franquista. Também orgânico, o Regime disfarçava a sua natureza de imutabilidade para continuar a subsistir, aceitando modificações toleráveis e proporcionando a sensação de que tudo muda, para que nada mude. Acontece o mesmo com os ditos lugares, alterando a sua consideração e a sua narrativa conforme fosse necessário. A propósito, como indicamos, de uma Astúrias patrioticamente ‘reconquistada’ –outubro de 1937, abril de 1939– a berço nacional –desde então até finais desse último ano– e, pouco tempo depois, ressignificada e descontextualizada. Isto é, na Espanha do pós-guerra, sem conflitos, ocupações nem conquistas, precisando de se cimentar sobre bases mais globais, centralizadas e menos periféricas²².

A recondução asturiana executou-se, precisamente, a partir desse alegado “pseudohistórico”. Por outras palavras, o referido “berço” transbordou legitimidade até ao momento anterior ao cumprimento do seu propósito: a sua “reconquista” pessoal. Conseguindo isto, os cenários asturianos desvirtuaram-se em campanhas mediáticas pendulares, entre a sua sacralização ou desvalorização. Depois, raízes mais castelhanas impuseram-se e serviram, por sua vez, para sublinhar a postura do Regime relativamente ao passado revolucionário local.

De Leão, *Proa*²³ projetou nos vencedores sobre a Frente Norte o imaginário comum do germen pátrio, herdeiros, também, de Pelágio. A redação reconduzia assim a latitude do relato: “Estes imponderáveis montanheseiros” –alude a leoneses e navarros– “os guerreiros de Dom Pelágio, filhos daqueles invictos do Auseva”²⁴. Esta foi a propaganda nacional e local tempo depois desafortunada, antepondo-a –consciente e ideologicamente– a “outro” passado do país mais válido ou conforme os posteriores preceitos estatais (Ortega Cantero, 2009). Astúrias, em suma, “já não resultava coerente, e menos quando Castela é considerada uma terra afim ao levantamento militar” (Guardado, 2023, p. 376). Deslocalizar a Reconquista, por extensão, permitiu o emprego anacrónico, desfigurado e falseado de tudo aquilo envolvido na sua ideia original: existe uma recuperação territorial e um metafórico Pelágio, agora Caudilho²⁵.

O processo resultou tão progressivo e epidérmico como outros projetados pela ditadura. Lugares de memória como Covadonga foram assim panos de fundo das batalhas contra a ideia ditatorial de Nação, sempre única e triunfante. Apaziguando, assim, qualquer reducto ou ressurgimento da “outra” mitologia local. Antipatriótica, marxista e, sobretudo,

²² Sobre a busca franquista de fontes legitimadoras do “mito da hispanidade”, Marcilhacy (2014, pp. 73-102).

²³ Diário falangista editado em Leão, entre 1936 e 1984.

²⁴ Assinado por ‘Lamparilla’, pseudónimo de Carmelo Hernández Moros, véase Hernández Moros, Carmelo (7 de setembro de 1937): “El fusilamiento de la Asturias roja”, *Proa*, Ano II, nº 249, p. 3.

²⁵ A propósito deste folclore domesticado, em relação com as conceptualizações franquistas da “Nação”: Boyd (2002), Blanco Martín (2012) e Zimmerman (2018).

vermelha, em contraposição à Espanha “azul”, válida e franquista²⁶. Seguindo Aróstegui Sánchez, “a ideologia do Regime não se entende senão face ao seu par dialético, a anti-Espanha” (2012, p. 436). Se a aspiração era unificar o país sob um único dogma, a sua totalidade geográfica devia ser uma digna recetora. O enclave sudeste das Astúrias resultou, pois, uma peça fundamental para “limpar” a dita escala de colorimetrias, até recuperar a visão de um norte mais negrusco e aceite: o do caráter fabril, motor do país, submisso e laborioso, mas não revolucionário²⁷. Por esta mesma razão, Boyd define Covadonga como um lugar “polivalente” (2007), perpetuador de uma parte essencial da mitologia nacional espanhola sem ser, no entanto, “um símbolo de união, mas de cisão ideológica da sociedade espanhola” (Boyd, 2006, p. 153). Igualmente (re)conquistados, os meios de predileção visual converteram-se na translação laureada e alegórica do dito personagem, inserindo-o nesses cenários teatralizados²⁸.

Concentrando-nos nos resultados gráficos, esta “memória visual comum” desenvolveu-se primeiro nos meios nacionais em detrimento dos diários locais. O ressurgimento fotojornalístico ainda estava em gestação. Os asturianos, conhecedores de cada recanto dessas montanhas, não usufruíram de imagens tão amplas nem tão descritivas do ambiente.

²⁶ Na sua comparativa mediática salazarista-franquista, Almuiña Fernández (2002, p. 66) incide nesta paleta representativa como um fenómeno curioso –quando não, definidor– de cada ideologia ibérica. O semblante pictórico interveio nas decisões editoriais de forma díspar. Num ambiente onde a palavra “revolução” e a cor vermelha eram admitidas, a censura lusa empregava o azul para realçar aqueles elementos a eliminar prévia publicação. Pelo contrário, Espanha sublinhava com tons carmesins tudo o que fosse necessário suprimir.

²⁷ Não em vão, Vértice cobriu a queda da Frente Norte como a dos “mineiros vencidos”, em recorde na Revolução de 1934.

²⁸ A execução destas resenhas fotográficas é inseparável da narrativa dos seus títulos. Esta evoluiu do mencionado desarranjo terminológico “sublevado-nacional” e “republicano-vermelho-inimigo” para a obrigatoria inclusão de “Uma Pátria, um Estado, um Caudilho” nas suas manchetes, em plena usurpação facultativa e prefigurando mais um personagem do que uma pessoa. Desde então seguir-se-ão outros acréscimos, textuais ou simbólicos. Mais concretamente, entre 19 de fevereiro de 1938 e 8 de abril de 1939 inclui-se na capa a águia imperial ibérica, o “Ano Triunfal”, a referência explícita à colaboração –maior ou menor, direta ou indireta com a FET e as JONS– e, finalmente, o “Ano da Vitória” (Díaz Rodríguez, 2023b, p. 92).

deste tipo de atos, completando tudo o que os rodeia com assuntos mais triviais. Por extensão, a relação entre esses exemplares aparentemente extraordinários e a sua motivação —uma receção franquista— converte esta última na causa —ou façanha— principal do primeiro. Imaginemos, pois, quão necessárias foram as coberturas do regresso da Virgem de Covadonga. Precisamente, umas semanas antes da primeira grande visita do ditador, dilapidando talvez aqui os recursos mensais programados. Ou considerar, talvez, de maior importância outorgar a imagem de outra reconquista particular —a Virgem— face a uma efígie absorvida desde a queda da Frente.

Na realidade, a maior paginação gráfica correspondeu aos meios de comunicação espanhóis não regionais. E, geralmente, da capital espanhola, Madrid. Isto traduz a preocupação estatalista por se legitimar como “reconquistador” daquela que tinha sido considerada o berço espanhol. Apesar da consigna cumulativa destes ambientes, entendidos como depósitos do passado e da memória, convém apontar uma série de questões. Em essência, concentrando-nos nas “culturas e identidades subnacionais” inseridas neste processo de “nacionalismo regionalizado” (Núñez-Seixas, 2014). O primeiro atende à sua classificação cultural das regiões e das suas tradições segundo sejam mais ou menos úteis para o discurso generalista. O segundo, ao recurso das mais válidas pelo Estado de maneira desprotegida, adquirindo “uma intensidade e visibilidade variáveis e mutáveis, dentro da propaganda cultural e simbólica” (Núñez-Seixas, 2014, p. 127). Esse emprego arbitrário entronca aqui com as nossas hipóteses sobre a preferência mediática, em forma e em conteúdo. Invertendo-o, no caso asturiano, para um “regionalismo nacionalizado”. Isto é, desde a avaliação do vernáculo para a colheita dessa identidade maior até à adaptação e redirecionamento dos seus costumes —quando não, desvirtuados— sob uma utópica unificação. Esse “cadinho de raças”³⁰ prototípico dos discursos franquistas, que só o nacionalcatolicismo era capaz de conciliar. Antonio Cazorla Sánchez amplia assim estas considerações: “[...] Franco, que detestava o nacionalismo periférico, ao mesmo tempo fez gestos” —continuados e impostos, portanto, pelos meios de comunicação— “para inserir a diversidade linguística e cultural espanhola de forma «orgânica» na sua mentira da Espanha única” (2018, p. 31).

Além disso, podemos ampliar os efeitos dessa desatenção posterior —pois não deixou de ser descuidada— para a narrativa que ressignificou Covadonga e atribuiu o valor nacional a outros espaços. Não em vão assim o adiantam as crônicas de tiragem nacional, de princípio a fim, entendendo-a parte do passado ou de um trabalho satisfatoriamente conseguido: “A primeira Reconquista espanhola nasceu ali, a segunda Reconquista, a de

³⁰ Ou seja, a implantação de uma suposta “unidade na diversidade” na exportação de “marca nacional” que, no final, excluiu de si a variedade e baseou a sua imagem num folclore concreto e de crivo exótico, que ainda se enraíza no imaginário atual do que “é” Espanha.

Franco, terminou ali. Nos dois casos o signo da unidade teve nas Astúrias a sua iniciação e o seu desenlace”³¹.

Desejando, talvez, certa reposição da dignidade porquanto a imagem local lhe era imposta primeiro de fora, os meios regionais renunciaram a perder o famoso título patriótico. O tom lisonjeador e agradecido não falta em nenhuma linha. Os seus espetadores, asturianos e vizinhos, compreendiam assim quão necessário era ocultar o seu passado e implicar-se com o Regime para continuar dentro do emblema nacionalista. Menos conscientes eram, no entanto, de que tudo isso fazia parte de um sistema forçado e imposto. Isso permitte-nos detetar, em parte, “uma” identidade asturiana –que não população– assimilada e, talvez, entristecida por como a observavam exteriormente. Um olhar que perdurou durante todo o Regime e que os meios asturianos trataram de ressignificar:

Espanhóis, todos os que me escutais: Com a mesma emoção que há cinco anos percorri as vossas ruas, passei hoje pela vossa localidade. Parece ontem. As mesmas ruínas, os mesmos escombros [...] Na época das invasões bárbaras, Espanha, desunida, foi depressa dominada, e os invasores vieram embater contra os vossos muros, contra as vossas grutas [...] E eu digo: que região era mais próspera que a vossa?³²

Quatro páginas depois, o cónego ovetense Cesáreo Rodríguez y García-Loredo dedicou um espaço ao problema da colorimetria vermelha das Astúrias como o grande “problema regional”³³. A sua tese é mais um exemplo sobre essa predisposição do jornalismo local em analisar dita disjuntiva desde a negação ou a animadversão à mesma, a fim de convencer a opinião pública³⁴. Em outra ordem, os meios de circulação nacional contravieram as adulações e os lirismos do jornalismo local, e interagiram com a região a partir de uma esfera mais crítica ou revisionista, embora perpetuem a relevância desses lugares. Pouco a pouco, estes cenários continuam a refratar o heroísmo do “bom” espanhol e a salvação do seu invicto Caudilho, mas sem alcançar o estádio de cadinho nacionalista, protagonizado já por outros espaços. Por outras palavras, se anteriormente o líder da salvação patriótica precisava destes ambientes legitimadores, com os anos, foi este primeiro grupo de ambientes que sucumbiu à sua presença para manter um reconhecimento semelhante.

³¹ ABC, Ano XXXII, nº10.479, 19-IX-1939, p. 7.

³² Región (19 de setembro de 1939): “Tinha fé nos asturianos, disse o Caudilho”, Ano XVII, nº5.426, p. 1.

³³ Rodríguez y García-Loredo, Cesáreo (19 de setembro de 1939): “¿Astúrias vermelha?”, Región, Ano XVII, nº5.426, p. 5.

³⁴ Nisso participou ativamente certo grau de atomização das empresas locais. Entenda-se, no referente ao protagonismo dos seus conteúdos. Salvo grandes festividades, cada empresa jornalística focou a sua atenção no ambiente imediato. Desta forma, a primeira visita a Oviedo alcançou grande acolhimento gráfico nos diários vetustos, enquanto que apenas dedicaram várias linhas à de Gijón, e vice-versa. Intervindo, igualmente, a censura e o seu hábil –e distrativo– manuseamento do belicismo internacional contemporâneo, ou do léxico de imprensa, rádio e, depois, do documentário de não-ficção espanhol ou NO-DO.

A “Cruzada”, finalmente, simbolizou o ponto e parágrafo do “covadonguismo”. Embora o apelido católico tenha sido esgrimido anteriormente³⁵, a sua incansável reiteração mediática incrementou, no popular, a narrativa religiosa do lugar. Assegurando, por sua vez, a posterior liderança sobre a gruta e a programação de várias visitas posteriores, a favor do nacionalcatolicismo. A operação simbólica, iniciada com o turismo patrimonial e o regresso da figurinha, completava-se assim na consagração do Caudilho como criador de um ato heroico semelhante ao de tempos pretéritos. Desde então, “Astúrias era já plenamente Astúrias”³⁶. A sua reconquista pessoal estava próxima do fim. Restava invocá-la à memória perpétua.

4.1.2. Sítios de consagração ou constituição

Chegados a este ponto, a honra paliativa em relação às Astúrias entroncou com esses outros lugares de memória, apelidados de “consagração” ou “constituição”. Esses espaços participam da validação progressiva da região, em especial, por meio do recurso visual. Não são, como os anteriores, “herdados” pelas raízes históricas do conceito de Nação. Pertencem ao universo contemporâneo do Caudilho, sendo muito apropriados para a projeção do corpo ditatorial a partir da sua comercialização mediática. Dando, nesta linha, a sensação de emanar –literalmente– da “imagen” de Franco. Um exemplo são aqueles cenários vitoriosos do passado imediato –o conflito e o pós-guerra–, ainda arruinados ou obras de nova construção. Os primeiros enaltecem o discurso reconstrutivo do franquismo. Os segundos, o de criador de um urbanismo glorificador, apoiando-se em questões materiais, visíveis e palpáveis. Não em vão, a imprensa recorreu a estes outros cenários quando começou a subtítular a “reconquista” asturiana com a “Cruzada” da ditadura, também denominada “Gesta” pelo seu talante construtivo.

Nesta história cheia de nós, onde uns se entrelaçam e dão razão ao resto, procedemos a expor alguns exemplos das suas respetivas coberturas gráficas. Em primeiro lugar e, precisamente por ser Astúrias um campo de manobras ideológicas, estes padrões começaram a configurar-se antes do desfecho bélico espanhol. Ou seja, quando a região ainda era berço espanhol e podendo, talvez por isso, sobreviver na memória comum às mudanças desse processo.

³⁵ A Igreja santificou o Regime em julho de 1937 mediante uma carta conjunta dos bispos espanhóis, não sem certos privilégios económicos, políticos, morais e mediáticos. Em dito epistolário, qualificavam a guerra como uma Cruzada pela Pátria, a religião e a civilização. O seu idílio com a ditadura, denominado nacionalcatolicismo, rompeu-se a inícios de 1960 pelo aperturismo religioso do Concílio Vaticano II. A fé, aval do franquismo, esbateu-se por uma Igreja que procedia ao seu aggiornamento, ou seja, a sua atualização.

³⁶ La Nueva España, Ano IV, nº772, 14-VI-1939, p. 1.



Figura 4. Acima: Celebraram-se duas comemorações importantes em 1938, em agosto –imagem esq.: *Voluntad*, Ano II, nº242, 23-VIII-1938– e outubro –drta.: ‘Foto Lena’–; Abaixo esq.: *Voluntad*, Ano III, nº564, 19-IX-1939, p. 4; e Abaixo drta.: Missa celebrada em 1943. Laureano Vinck Carrió.
Fonte: Hemeroteca e Fototeca del Museo del Pueblo de Astúrias.

Os principais locais da Guerra Civil na região foram, por sua vez, selecionados, priorizando aqueles onde predominou uma vitória sublevada. O quartel de Simancas, então escombrado, revestiu-se de arquiteturas efémeras e tornou-se um santuário militar. Embora sejam remanescentes de um passado traumático subtitulado pelo Regime de irrepetível –graças, claro está, à glória do Caudillo–, também servem de base edificadora do novo Estado espanhol. Um lugar para os seus caídos, andaimeados mais do que reconstruídos –como em a Revolução de 1934–, em benefício de um discurso propagandístico. Com efeito, mal receberam assistência além da pompa ou da comemoração entre outubro de 1937 e abril de 1939. Executando, em paralelo, a obra do franquismo e a irrigação de tão nefasto recuerdo.

Podemos advertir a evolução deste processo através das suas coberturas gráficas. E, nelas, mediante a presença –ou não– do líder espanhol no local. Permanece ausente enquanto a memória é ainda dolorosa e paralela a outras batalhas, não aparecendo em cena até o desfecho bélico. Isto é, quando venceu e finalizou o seu trabalho, sendo preciso apresentar-se para contribuir para a sua tarefa legitimadora. Não em vão, a primeira visita de Franco às ditas ruínas “demorou até 18 de setembro de 1939” (Rodríguez Muñoz, 2011, p. 111), comemorando o segundo aniversário da queda da Frente Norte.

Por outro lado, a arquitetura adquiriu durante o franquismo uma funcionalidade resolutive graças às edificações de nova construção, sejam habitacionais, comemorativas ou dedicadas à industrialização do país. O seu caráter liso, em ambos os casos, permite-lhes condensar toda a ideologia que o seu interior admita. Umas honram e controlam o agradecimento ao Generalíssimo, oferecendo a visão de uma personalidade amável e benfeitora³⁷ e, as outras, a de um homem dedicado ao progresso da nação.

Uma das propriedades eclesiásticas da capital atingiu durante este processo a sua máxima expressão. Supôs a segunda grande receção do franquismo –isto é, de Franco– e, então, com meios regionais habilitados para a sua cobertura gráfica. Não casualmente, coincidiu com o “décimo primeiro centenário de Afonso II O Casto”³⁸, enquadrando o local com uma tapeçaria unificadora entre o passado e o futuro da Nação (García Cuetos, 2015, p. 80). Como também, da biografia ditatorial: sublinhando os vínculos entre o “pelayismo” e o feito franquista. Finalizando, então, a sua Reconquista e começando a mencionada Gesta.

O cenário –e o acontecimento– em questão foi a inauguração do Jardim dos Reis Caudilhos, consagrado no início do mês de setembro de 1942, assemelhando-se a tantos outros atos coincidentes com o ambiente festivo dessas datas. Durante os dias 5, 6 e 7, os meios de comunicação locais ofuscaram a reforma da ainda andaimeada torre catedralícia pela cerimónia celebrada aos seus pés. A qual, ratificou a linhagem de Francisco Franco com a de pretéritos caudilhos “guerreiros” e imprimiu uma importante recordação no imaginário coletivo dos ali presentes, a partir de um ressurgido e já sólido fotojornalismo. Na tarde do dia 5, e por ocasião da consagração da Câmara Santa, captou-se a imagem de uma Cruz da Vitória –restaurada com urgência e engenho para a ocasião (Cid Priego, 1996, pp. 33-34)– erguida nas mãos do ditador. Noutra cena, a sua efígie foi comparada à de Pelágio e Afonso II, inaugurando também a sua estátua no dia 7.

Os jornais nacionais –coordenados pela Cifra e encabeçados pelas fotografias de José Zegrí– interpretaram o sucedido como “uma página viva da história heroica da Igreja”³⁹, sublinhando, de novo, essa Reconquista já finalizada e substituída pelo trabalho empreendido durante as quatro décadas seguintes: “O Caudilho leva nos seus passos, na sua preocupação e nas suas palavras, todos os lugares da Espanha recobrada, e é agora aqui, em Oviedo e Gijón, quando a sua presença evoca os dias iniciais da sua Cruzada e afirma a marcha indeclinável da sua vontade soberana”⁴⁰.

³⁷ Mais ainda, após a criação do Instituto Nacional de Habitação, em abril de 1939: BOE, nº110, 20-IV-1939, pp. 2190-2198.

³⁸ Del Corral, Enrique (6 de setembro de 1942): “A Cruz da Vitória nas mãos do Caudilho”, ABC, Ano XXXV, nº11.398, p. 3.

³⁹ Pueblo, Ano III, nº675, 5-IX-1942, p. 4.

⁴⁰ Arriba, Ano III (2ª época), nº1.072, 8-IX-1942, p. 1.



Figura 5. Colagem de jornais, respetivamente: ABC (Madrid), ABC (Sevilha), Pueblo e Arriba.
Fonte: Hemeroteca ABC e Hemeroteca de Madrid.

A exclusividade visual da região desvendou tanto a rivalidade entre os meios de comunicação como o bom posicionamento administrativo de uns sobre outros. Sendo já um traço identitário, *El Comercio* e *Voluntad* deram maior atenção ao “salvador do Povo”⁴¹ na sua vila, classificando o encontro de “grandioso, ferventíssimo e popular”⁴². As imagens não foram, contudo, o traço identitário de nenhum durante esses dias⁴³. Nem sequer do segundo, apesar de ter vários precedentes⁴⁴. Por sua vez, o diário da Falange nas Astúrias admitiu a sua competitividade com um “Gijón, digno rival de Oviedo na receção a Sua Excelência”⁴⁵, mas não nas suas resenhas gráficas, cabendo ao seu querido Jesús Mendía a assinatura da reportagem para o exemplar do dia 8. Algumas delas foram cedidas, por um contrato sem exclusividade, ao jornal *Región*.

⁴¹ *Voluntad*, Ano V, nº2.245, 8-IX-1942, p. 1.

⁴² *El Comercio*, Ano LXV, nº19.615, 8-IX-1942, p. 1.

⁴³ *El Comercio* apenas alargou as suas normativas de quatro para seis páginas, incluindo um retrato descontextualizado na sua capa.

⁴⁴ Ainda que longo na Cadeia do Movimento, pertenceu ao segundo dos três grupos em que esta se subdividia, juntamente com as duas folhas regionais. Apenas *La Nueva España*, recordemos, estava no primeiro.

⁴⁵ *La Nueva España*, Ano VII, nº1.647, 8-IX-1942, p. 3.



Figura 6. Reportagem de Jesús Mendía para o jornal *La Nueva España*, Ano VII, nº1.647, 8-IX-1942, pp. 1, 3 e 8. Fonte: Biblioteca Pérez de Ayala.



Figura 7. Reportagem de Jesús Mendía para o jornal *Región*. Fonte: Biblioteca Pérez de Ayala.

Como advertíamos, embora a sumptuosa cenografia iniciasse a Gesta do ditador na região, não conseguiu penetrar suficientemente no resto do país para reverter esse processo de ressignificação do berço nacional-asturiano. O ato terminou “dessacralizado e entendido dentro dessa mesma ideia de recuperação arcaica que precisava de uma Cruzada mais generalista” (García Cuetos, 2015, p. 81). Isto é, castelhana.

O ‘Novo Estado’, projetado em todos esses “ritos de Reconquista” a que Di Febo (2012, p. 99) alude, baseia-se em fundamentos bélicos e imediatamente pós-bélicos que viram caprichosamente para as Astúrias até à sua deslocalização ou transladação, em 1942, quando as “raízes tradicionais” são recolocadas no “reinado dos Reis Católicos («De Isabel e Fernando o espírito impera», como dizia um dos mais cantados hinos franquistas) e na época imperial” (Seoane e Saiz, [2007] 2021, p. 251). Uría González acrescenta:

[...] todo regionalismo (identificado de facto como separatismo) era considerado como uma das causas radicais da situação de ‘caos’ que precedeu a Guerra Civil. Desse modo, uma vez consolidado militarmente o franquismo, uma campanha ideológica massiva dirigiu-se a denegrir o regionalismo e a exaltar Castela e o seu idioma como elemento decisivo para coesionar o estado espanhol (Uría González, 1984, p. 136).

Finalizando esta secção, o emblema do ditador franquista como personagem resolutiva também se aproveitou de locais ou arquiteturas criadas propositadamente, destinadas tanto a resolver o problema habitacional do pós-guerra –a reconstrução de Oviedo– como a expor Francisco Franco como o salvador e criador do povo: esse titão moldador da civilização espanhola. Desta forma, os jornais asturianos compaginaram o seu particular enaltecimento ao ditador com a tarefa remanescente deste junto da cidadania local. A premissa inicial resgata assim o urbanismo escombrado a partir de uma abordagem mais plural que a anterior: mostrava a maldade do inimigo e, em acréscimo, sublinhava a idiossincrasia de um futuro mais esperançoso, pela mão do Caudilho. O seu caráter liso, em ambos os casos, permite-lhes condensar toda a ideologia que o seu interior admita. Umas honram e controlam o agradecimento ao Generalíssimo, oferecendo a visão de uma personalidade amável e benfeitora⁴⁶ e, as outras, a de um homem dedicado ao progresso da nação.

4.2. Franquismo e Salazarismo: entre as semelhanças do comum?

Ansiando responder ao título deste epígrafe, se o emprego dos lugares de memória foi uma das particularidades do ideário espanhol, será que detectamos semelhanças com a outra ditadura ibérica? Em tal caso, o franquismo também participou da valorização sim-

⁴⁶ Mais ainda, após a criação do Instituto Nacional de Habitação, em abril de 1939: BOE, nº110, 20-IV-1939, pp. 2190-2198.

bólica do calendário festivo. Desta forma, o imaginário coletivo dos cenários patrióticos –“herdados ideologicamente” ou de “constituição”– deixou várias lacunas para a exaltação patriótica do anuário nacional. Entrelaçando-se, por um lado, com faustos criados propositadamente e, por outro, apropriando-se de alguns já existentes. Sendo mais apropriado nos segundos em relação aos primeiros, certas partes do folclore ou dos costumes locais foram assimilando-se (Hernández Burgos e Rina Simón, 2022), não sem intervir nas licenças regionalistas inadequadas para “essa nova comunidade nacional que se estava a forjar” (Cenarro Lagunas, 2003, p. 116). Portanto, o recurso franquista do conceito “norania-no” permeia com o almanaque salazarista, mas acrescenta a conceção de raiz de certas datas, e não trabalhar exclusivamente a partir das suas contemporâneas.

A institucionalização da “nova” agenda espanhola aconteceu a 9 de março de 1940 quando, por decreto do Ministério da Governação, se dispôs a sua morfologia definitiva. Na sua maioria, fruto do processo depurador consequente à Guerra Civil⁴⁷. Socializar era, sem dúvida, um assunto de Estado. Imprimia ideologia e sentimento de pertença à sonhada “unidade na diversidade” do Regime, extirpando toda a efeméride inadequada. Tal purga enfatizou os sistemas de controlo pelo seu carácter popular, sob o risco de se tornarem espaços para a resistência, a murmuração e o desenvolvimento da opinião, sendo preciso “cercear a espontaneidade característica desse lazer” (Antuña Gancedo, 2016, p. 198). Em qualquer caso, as celebrações de carácter laico apenas apresentam diferenças com o intervencionismo exercido sobre as eclesiásticas.

Nas Astúrias, sobressaíram especialmente as segundas pelos desejos de purificar o seu passado anticlerical. Dado que a iconoclastia já não resultava conveniente, cada santoral ou milagre mereceu a atenção dos meios de comunicação acostumados a realçar as bênçãos e consagrações arquitetónicas, fossem ou não presididas por Franco. Juntamente com o périplo da Virgem das Batalhas de Covadonga na década de 1950, a apropriação das advocações –ou diretamente a sua criação– foi uma ferramenta assídua no doutrinamento do universo festivo do Regime⁴⁸.

No que respeita à representatividade mediática inicial –isto é, décadas de 1940 e princípios da seguinte–, como apontávamos, as celebrações oficiais usurparam normativamente a eventualidade daquelas que eram –e são– próprias da região, apenas acusadas com veleidade e quando a ocasião o precisava, seguindo a esteira dos lugares de memória. Em suma,

⁴⁷ Isto é, a supressão de festividades republicanas em zonas sublevadas ou a sua substituição, seja por aquelas mais acordes com o projeto nacionalista ou por outras desenhadas com esse fim.

⁴⁸ Veja-se a reportagem sobre o rito inaugural de Santa Maria de Cangas de Onís, realizada por La Nueva España a 5 de setembro de 1963, quando ainda se forjavam as consequências comunicativas da greve mineira de 1962. Por questões cronológicas e de discurso, indicamos este tipo de estratégias na secção correspondente.

Uma vez anulada –ou, pelo menos, contida– a vitalidade regenerativa do lazer festivo popular, o Regime empreendeu a intervenção no que restava dele, sob a forma de uma verdadeira usurpação simbólica. Esta procurou fazer convergir todos os elementos da cenografia festiva para o cenário único de manifestação do poder político, ao qual as grandes festas do novo calendário já se tinham elevado” (Antuñña Gancedo, 2016, p. 201).

Consequentemente, as imagens destacadas de cada jornada entronizavam, de novo, o seu benfeitor. Ou seja, a sua celebração aconteceu “a partir” e “através” da imagem do ditador. O qual, de uma posição onnipresente, é o oferente do dito lazer⁴⁹.



Figura 7. Evolução do Dia da Vitória, Glorioso Levantamento e do ditador em *Voluntad*, entre 1942 e 1955.
Fonte: Hemeroteca del Museo del Pueblo de Asturias.

⁴⁹ A propósito della figura 8, convém considerar que *Voluntad* experimentou uma importante melhoria técnica a partir de 13 de março de 1943, estreando rotativa. Até então, trabalhava-se com rotoplanas de impressão indireta – *Anuario de la Prensa Española*, Año II, 1945-1946, p. 98 –. Apesar disso, os resultados expostos até aqui e a sua renúncia gráfica em assuntos de outro tipo validam, de novo, a nossa hipótese sobre a privação da imagem mediática durante a década de 1940 por necessidades ideológicas, e não de fornecimentos.

Existe, pois, uma marcada analogia visual entre 1 de abril –Dia da Vitória–, 18 de julho –para os sublevados e depois franquistas, Dia do “Glorioso Levantamento”– ou 1 de outubro –Dia do Caudilho–. A sua sobrevivência no imaginário coletivo –e mediático– após a morte do ditador –pelo menos, por alguns meses– aumentou a significação destas datas, seguindo essa ideia da vitória como uma “memória permanente” (de la Madrid, 2007, p. 247) e de “tempo cíclico” (Rodríguez-Tranche, 2002, p. 78). O qual,

[...] por um lado, implica uma incursão seletiva no passado para recolher nele episódios, memorável antologia ou florilégio épico, sobre os quais depositar as ânsias comemorativas; por outro, descobrir na guerra civil uma cristalização plena, coerente e compacta de tudo o que precedeu na história, ou seja, um arsenal renovado de lugares, datas, homenagens e símbolos, nos quais todos os fragmentos anteriores se recompõem de novo e de maneira definitiva. A partir daqui, uma suspensão do tempo que denota plenitude... A carga simbólica esclerotiza-se como acontece em todos os ritos atualizadores de mitos. Nada flui (Rodríguez-Tranche e Sánchez-Biosca, 2000, p. 290).

No lado oposto, ao lazer localista –Dia das Astúrias, o Carmen, São Mateus, Begoña, o *Bollo* avilesino, entre outros– destina-se um olhar menos afável no que diz respeito à oferta de iconografias ou símbolos identitários⁵⁰. O avançar dos anos tornou impossível sustentar uma sociedade já habituada à linguagem visual, optando então por deslocalizar esses *recuerdos* festivos da imprensa e situá-los em editoriais destinadas a estas temáticas, como *Oviedo*. O seu fim e a abertura da década de 1950 aventuraram uma panorâmica distinta. Sobretudo, após a celebração da grande festa imposta na região, o Dia da América nas Astúrias, integrada no circuito sanmateíno desde a sua primeira convocatória, em 1950. Serviu de recurso relacional entre “o território asturiano e o americano, para reforçar a identidade coletiva regional” (Antuña Gancedo, 2019, p. 255; 2022), motivando as principais assinaturas gráficas da época⁵¹.

Conclusões

A estrutura apresentada até aqui permite-nos elaborar o discurso de uma iconosfera asturiana ‘de dentro’ e personificada ‘para fora’. O decurso dos tempos fez da sua representatividade uma natureza mutável, fruto da interpretação e da necessidade patriótica. Embora

⁵⁰ O tecido popular da região foi abordado mais tarde, a partir da década de 1960, quando o seu papel como definidor identitário era já outro, à margem das mudanças sociopolíticas. Vid. a reportagem avilesina de *La Nueva España* (20 de abril de 1965): “As festas resultaram brilhantes. Avilés (no domingo) ficou sem «bollos»”, Ano XXIX, nº10.792, p. 11.

⁵¹ Destacando José Vélez Abascal –*La Nueva España*–, Nito Cachero Corzo –‘Foto Nic’, *Oviedo*– ou Manuel Fernández Rodríguez –*Manuel Espín*–.

analisado com maior exaustividade nas secções sucessivas, a imagem de Franco também não se manifestou da mesma forma entre 1936 e 1939 –Caudilho militar, conquistador e libertador– face ao instante posterior a 1 de abril –Caudilho vitorioso– ou durante o período de guerra internacional –santificador, vigilante e protetor da paz nacional–. Muito menos, a de um adulto próximo da velhice, à medida que nos aproximamos da década de 1960. O resultado é a imagem impecável de um Caudilho já sereno, afável e direccionado para moldar o seu legado patriótico, de acordo com o desenvolvimentismo contemporâneo e com sistemas de comunicação ligados ao cromatismo. O qual, noutra ordem, realça ao espectador a verosimilhança com a realidade. Em suma, costurar o relato visual do seu “corpo ideológico” –ou contentor da ideologia– e o recurso aos lugares de memória permite dilucidar o seu grau de importância para os pressupostos dogmáticos do Regime. Através, além disso, de uma região igualmente ressignificada por ele mesmo.

E nos lugares da luta onde brilhou o fogo das armas e correu o sangue dos heróis, elevemos estelas e monumentos nos quais gravaremos os nomes dos que, com a sua morte, dia após dia, vão forjando o templo da Nova Espanha para que os caminhantes e os viajantes se detenham um dia diante das pedras gloriosas e rememorem os heroicos artífices desta grande Pátria espanhola⁵².

Referências bibliográficas

- Anderson, B.** (1993). *Comunidades imaginadas. Reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*. Fondo de Cultura Económica.
- Almuiña Fernández, C.J.** (2002a). El impacto de Annual (1921) y la información gráfica. In A.R. Díez Torre (coord.), *Ciencia y memoria de África. Actas de las III Jornadas sobre Expediciones científicas y africanismo español (1898-1998)* (pp. 403-416). Universidad de Alcalá.
- _____. (2002b). Análisis comparativo entre los modelos propagandísticos salazarista y franquista. *População e Sociedade*, 8, 49-72. <https://www.cepese.pt/portal/pt/populacao-e-sociedade/edicoes/revista-populacao-e-sociedade-no-8>
- Antuña Gancedo, E.A.** (2016). La intervención del primer franquismo sobre la fiesta popular: una aproximación a través del caso asturiano (1937-1945). *Hispania Nova*, 14, 192-212. <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/HISPNOV/article/view/2971>
- Aróstegui Sánchez, J.** (2012). Una dictadura sui generis: ideología de exclusión y aparato represivo. In A. Segura, A. Mayayo y T. Abelló (coords.), *La dictadura franquista. La institucionalización de un régimen* (pp. 423-456). Servicio de Publicaciones de la Universidad de Barcelona.
- Bassat, L.** (2006). *El libro rojo de las marcas*. DeBolsillo.

⁵² Francisco Franco. Cierre del discurso de Unificación, Salamanca, 19 de abril de 1937.

- Blanco González, H.** (2020). *Pompa y circunstancia. Construcciones efímeras en las colecciones fotográficas del Muséu del Pueblu d'Asturies (1858-2020)*. Museo del Pueblo de Asturias.
- Blanco Martín, C.J.** (2012). El Principado de Asturias y el surgimiento del nacionalismo español en 1808. *Nómadas: Critical Journal of Social and Juridical Sciences*, 33(1), 233-243 https://doi.org/10.5209/rev_NOMA.2012.v33.n1.38506
- Boyd, C.** (2006). Covadonga y el regionalismo asturiano. *Ayer. Revista de Historia Contemporánea*, 64(4), 149-178. <https://www.revistasmarcialpons.es/revistaayer/article/view/boyd-covadonga-y-el-regionalismo-asturiano>
- _____. (2007). Paisajes míticos y la construcción de identidades regionales y nacionales. In C. Boyd (coord.), *Religión y política en la España contemporánea* (pp. 271-294). Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.
- Box, Z.** (2014). Símbolos eternos de España. El proceso de institucionalización de la bandera y el himno del franquismo. In S. Michonneau y X.M. Núñez-Seixas (coords.), *Imaginario y representaciones en España durante el franquismo* (pp. 7-23). Casa de Velázquez.
- Cazorla Sánchez, A.** (2018). Franco: la violencia y simplificación de España. *Revista Universitaria de Historia Militar*, 7(13), 21-35 <https://doi.org/10.53351/ruhm.v7i13.378>
- Cenarro Lagunas, M.A.** (2003). Los días de la 'Nueva España': entre la 'revolución nacional' y el peso de la tradición. *Ayer. Revista de Historia Contemporánea*, 51, 115-134. <https://www.revistasmarcialpons.es/revistaayer/article/view/cenarro-los-dias-de-la-nueva-espana>
- Cid Priego, C.** (1996). Notas y recuerdos del robo, desperfectos y restauraciones de la joya prerrománica asturiana de la Cámara Santa de la catedral de Oviedo. *Anuario del Departamento de Historia y Teoría del Arte*, 8, 25-44 <https://doi.org/10.15366/anuario1996.8.002>
- Cintra Torres, E. y Serra, F.** (2017). A Construção da Imagem do 'Chefe' no Notícias Ilustrado". In J.L. García, T. Alves, e Y Léonard (coords.), *Salazar, O Estado Novo e os Media* (pp. 201-233). Edições 70.
- _____. (2019). Do Chefe Incontestado ao Chefe Panóptico: Representações Fotográficas de Salazar do «Notícias Ilustrado» ao «Século Ilustrado». *Media&Jornalismo*, 19(35), 67-84 https://doi.org/10.14195/2183-5462_35_5
- Costa Pinto, A. y Gonçalo Monteiro, N.** (2000). Mitos culturales e identidad nacional. In A. Costa Pinto (coord.), *Portugal contemporáneo* (pp. 205-216). Sequitur.
- De la Madrid, J. C.** (2007). *Prensa y sociedad en una villa del Cantábrico. Avilés 1866-1950*. Laria.
- Díaz Rodríguez, N.** (2023a). El uso propagandístico de la ruina. Fotografías en la prensa asturiana (1930-1940). *Revista Académica Estesis*, 14, 28-45 <https://doi.org/10.37127/25393995.180>
- _____. (2023b) «Prensa, luego fotografía» en Asturias. Los inicios del diario Región. *Comunicación. Revista Internacional de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Estudios Culturales*, 21(1), 74-95 <https://doi.org/10.12795/Comunicacion.2023.v21.i01.05>
- García Cuetos, P.** (2015). Heritage and ideology. Monumental restoration and Francoist sites of memory. En P. García Cuetos y C. Varagnoli (eds.), *Heritage in conflict. Memory, history, architecture* (pp. 77-108). Aracne.
- Guardado, D.** (2023). *Nunca vencida. Una historia de la idea de Asturias*. La Fabriquina.

- Guillamet, J.** (2002). Factores de progreso y atraso en la evolución histórica del periodismo. El franquismo. In J.A. García Galindo, J.F. Gutiérrez Lozano e I. Sánchez Alarcón (eds.), *La comunicación social durante el franquismo* (pp. 585-596). CEDMA.
- Hernández Burgos, C. y Rina Simón, C.** (coords.). (2022). *El franquismo se fue de fiesta. Ritos festivos y cultura popular durante la dictadura*. Servicio de Publicaciones de la Universidad de Valencia.
- Loff, M, Piedade, F. y Castro Soutelo, L.** (coords.). (2015). *Ditaduras e Revolução. Democracia e políticas da memória*. Almedina.
- Lopes Cardoso, M.F.** (2020). Do pós-25 de abril à era digital: 45 anos de fotojornalismo português. In C. Baptista y J.P. Sousa (coords.), *Para uma história do jornalismo em Portugal I* (pp. 375-397). ICNOVA.
- _____. (2022a). *A fotografia documental na imprensa portuguesa: o real e o verosímil*. Politécnico de Lisboa.
- _____. (coord.). (2022b). *O Jornalismo visual em Portugal. Contributos para uma história*. Politécnico de Lisboa.
- Macmillan, M.** (2005). *Usos y abusos de la historia*. Ariel.
- Mainer, J.C.** (2002). La construcción de Franco: primeros años. *Archivos de la filmoteca: Revista de estudios históricos sobre la imagen*, 42-43, 96-121 <https://www.archivosdelafilmoteca.com/index.php/archivos/article/view/315>
- Martín de la Guardia, R.** (2006). Los medios de comunicación social como formas de persuasión durante el primer franquismo. In J.M. Delgado Idarreta (coord.). *Propaganda y medios de comunicación en el primer franquismo (1936-1959)* (pp. 15-28). Universidad de La Rioja.
- Mata, M.J. y Carvalho Coutinho, M.** (2022). A fotografia na imprensa ilustrada e a lenta afirmação dos fotógrafos nas redações: da ditadura militar aos primeiros anos do Estado Novo. In M.F. Lopes Cardoso (coord.). *O jornalismo visual em Portugal. Contributos para uma história* (pp. 17-67). Instituto Politécnico de Lisboa.
- Muñiz Suárez, L.** (2008). *Historia de La Voz de Avilés (1908-2008). Cien años de periodismo local*. Noticias de la Comunicación.
- Nunes, M.F.** (2005). Arqueologia de uma prática científica em Portugal. Uma história da fotografia. *História. Revista da Faculdade de Letras*, 6(3), 169-183. <https://ojs.letras.up.pt/index.php/historia/article/view/3789>
- Núñez-Seixas, X.M.** (2014). La región y lo local en el primer franquismo. In S. Michonneau y X.M. Núñez-Seixas (coords.), *Imaginarios y representaciones en España durante el franquismo* (pp. 127-154). Casa de Velázquez.
- Ortega Cantero, N.** (2009). Paisaje e identidad. La visión de Castilla como paisaje nacional (1876-1936). *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 51, 25-49 <https://bage.age-geografia.es/ojs/index.php/bage/article/view/1131>
- Pais de Sousa, J.** (2012). *O Fascismo catedrático de Salazar*. Impresa da Universidade de Coimbra.
- Pena Rodríguez, A.** (2002). La imagen de los dictadores peninsulares en la prensa portuguesa, las dos caras de una misma moneda. In J.A. García Galindo, J.F. Gutiérrez Lozano e I. Sánchez Alarcón (eds.), *La comunicación social durante el franquismo* (pp. 17-32). CEDMA.

- _____. (2013a). Los grandes héroes ibéricos. Salazar, Franco y la Guerra Civil española: prensa y propaganda. *Journal of Spanish Cultural Studies*, 14(1), 36-51 <https://doi.org/10.1080/14636204.2013.841048>
- _____. (2013b). Salazar y Franco en el panorama internacional: estrategia diplomática y propaganda (1936-1945). *Espacio, tiempo y forma. Serie V. Historia contemporánea*, 25, 23-48 <https://doi.org/10.5944/etfv.25.2013.12185>
- _____. (2017). *Salazar y Franco. La alianza del fascismo ibérico contra la España republicana: diplomacia, prensa y propaganda*. Trea.
- Pinilla García, A.** (2016). Franco en la prensa diaria. La construcción del carisma mediático. In E. Moradiellos (coord.), *Las caras de Franco. Una revisión histórica del caudillo y su régimen* (pp. 170-184). Siglo XXI.
- Reis Torgal, L.** (2009). *Estados Novos, Estado Novo*. Imprensa da Universidade de Coimbra.
- Rodríguez Muñoz, J.** (2011). *Asturias bajo el franquismo*. La Nueva España.
- Rodríguez-Tranche, R. y Sánchez-Biosca, V.** (2000). *NO-DO. El tiempo y la memoria*. Cátedra/Filmoteca Española.
- Rodríguez-Tranche, R.** (2002). La imagen de Franco 'Caudillo' en la propaganda cinematográfica del Régimen. *Archivos de la filmoteca: Revista de estudios históricos sobre la imagen*, (42-43), 76-95 <https://www.archivosdelafilmoteca.com/index.php/archivos/article/view/315>
- Rosas, F.** (2013). *Salazar e o Poder. A arte de saber durar*. Tinta da China.
- Sánchez-Biosca, V.** (2002a). Los iconos de Franco: imágenes en la memoria. *Archivos de la filmoteca: Revista de estudios históricos sobre la imagen*, (42-43), 8-21 <https://www.archivosdelafilmoteca.com/index.php/archivos/article/view/315>
- Sánchez-Illán, J.C. y Lumbreras Martínez, D.** (2016). Francisco Franco, articulista de incógnito (1945-1960). *Historia y Comunicación Social*, 21(1), 39-74 http://dx.doi.org/10.5209/rev_HICS.2016.v21.n1.52684
- San Martín Antuña, P.** (2006). *La nación (im)posible. Reflexiones sobre la ideología nacionalista asturiana*. Trabe.
- Savater, F.** ([1984] 2017). *Contra las patrias*. Ariel.
- Sena, A.** (1998). *Historia da imagem fotográfica em Portugal, 1839-1997*. Porto Editora.
- Seoane, M.C. y Saiz, M.D.** ([2007] 2021). *Cuatro siglos de periodismo en España. De los avisos a los periódicos digitales*. Alianza.
- Sousa, J.P.** (2004a). *Forças por trás da câmara. Uma perspectiva sobre a história do fotojornalismo das origens ao final do século XX*. Minerva.
- _____. (2004b). *Fotojornalismo: uma introdução à história, às técnicas e à linguagem da fotografia na imprensa*. Letras Contemporâneas.
- _____. (coord.). (2010). *O pensamento jornalístico português: dos origens a Abril de 1974 (vol. I-II)*. LabCom.
- Tusell Gómez, J.** (1992). *Franco en la Guerra Civil. Una biografía política*. Tusquets.
- Uría González, Jorge** (1984b). *Cultura oficial e ideología en la Asturias franquista: el I.D.E.A.* Servicio de Publicaciones de la Universidad de Oviedo.

Zimmerman, P. (2018). Cuando otra Asturias parecía posible: regionalismo y la izquierda heterodoxa en la Transición. *Pasado y Memoria. Revista de Historia Contemporánea*, 17, 155-182 <https://doi.org/10.14198/PASADO2018.17.06>

***Da história do passado
à história do presente
mediático e jornalístico***

A existência da IA na atuação do jornalismo esportivo

Andréia Magalhães de Oliveira

Universidade Fernando Pessoa (UFP)-Porto/Portugal • Instituto de Educação Avançada (INEA)

olimelo2@hotmail.com

Resumo: O jornalismo esportivo é um campo de atuação tanto de quem se forma em Jornalismo quanto do profissional que se gradua em áreas relacionadas à Comunicação Social com habilitação em Jornalismo com qualificação para comunicar e informar sobre o setor dos esportes. É, portanto, um ramo de trabalho que acolhe todo tipo de atividade que apresenta, narra, comenta e fala sobre as variadas modalidades esportivas mundiais. Assim como em todos os espaços de atuação jornalística, o cenário esportivo do mesmo modo vem se renovando nos modelos de comunicação. Sob este ângulo, observa-se que igualmente como em outras especialidades destes profissionais percebe-se a presença da inteligência artificial (IA) que segundo (Russell e Norvig, 2020, p. 7) “pode ser compreendida como o campo que estuda agentes capazes de perceber o ambiente e agir sobre ele” especialmente nas redes sociais e na internet com relação à apresentação dos esportes na sua amplitude. Deste modo, este artigo tem como temática apresentar por meio do olhar do profissional especializado na área esportiva os movimentos que a IA realiza na interação entre quem fala sobre esporte e o modo como a comunicação desse profissional se constrói com objetivo de compreender se essa inteligência em algum momento substituirá esse profissional no futuro. Entendeu-se que o especialista esportivo será o principal agente mediador nas informações esportivas ainda que se valha das ferramentas e possibilidades que a inteligência artificial proporciona à construção da comunicação.

Palavras-chave: Jornalista; esporte; inteligência artificial; comunicação.

Introdução

O mundo tem se transformado. Essas alterações envolvem todos os contextos da vida e não seria diferente no campo do jornalismo em todos os seus aspectos que atende às múltiplas áreas de informação e conhecimento. Dessa maneira, esse artigo procura caminhar na investigação acerca do jornalismo esportivo como temática relevante na contribuição da comunicação no jornalismo que propaga informações acerca de todas as modalidades esportivas.

São abundantes os esportes no mundo e, portanto, muitos modelos e possibilidades de prática de atuação do jornalista no segmento esportivo. Chama a atenção que no campo jornalístico quando fala-se muito das notícias econômicas, sociais, políticas, científicas e a vertente esportiva talvez não seja a personagem central desse segmento. Mas essa linha de trabalho caminha nesse movimento onde há a transformação do público com relação à sua divulgação de informações. O jornalista credível em todas as suas práticas tem como ponto fundamental na sua atuação a responsabilidade pela informação que se transmite. No caso do esporte há a mais, há a emoção da dinâmica desempenhada por esportistas o que torna a atuação profissional mais inconfundível e sensível.

Para se destacar nessa modalidade de jornalismo é imprescindível estudar bastante, conhecer muito de regras, dominar regulamentos e assuntos que competem à cada modalidade esportiva. O esporte é um noticiário muito complexo e demanda um preparo profundamente cuidadoso. A ideia da pesquisa não foi a de conceituar a definição do jornalismo esportivo e do jornalista esportivo, embora caiba ressaltar Fonseca (1981) quando afirma que “em realidade, não há muitas fontes de consulta do jornalismo esportivo, talvez em razão do seu aparecimento tardio, de sua condição de filho bastardo do jornalismo. Assim, a história do jornalismo esportivo mundial ultrapassa pouco mais de cem anos” de acordo com o referido autor (Fonseca, 1981, p. 18). Pressuposta a temporalidade, importância e significado desses profissionais traz-se e exterioriza-se a curiosidade de falar sobre eles e as novidades nas práticas de atuação.

Todas essas percepções provocaram a peculiaridade de estudar sobre jornalismo esportivo nesse contexto de transformação tecnológica, digital e social. Nesse cenário, evidencia-se que as informações sejam elas de um ou outro setor do jornalismo assim como no campo do esporte vem experienciando a convivência com a inteligência artificial (IA) – ressaltar-se que ora poderá ser mencionada a sigla (IA), ora será mencionado o termo inteligência artificial.

As transmissões, as captações e as recepções de notícias bem como os receptores das informações vem consumindo as renovações dos modelos jornalísticos, e nesse movimento essa demanda se dá pela pressa do saber, do participar e do intervir do telespectador. Sendo assim, a tecnologia oferece muitas possibilidades de obtenção de notícias. Ao mesmo tempo, os jornalistas precisam se reinventar a ponto de serem mais rápidos, plurais na sua atuação e velozes nas entregas das informações.

Informação é um recurso que está 100% presente na vida das pessoas. Isto não ocorreu apenas pela existência da internet. É a transposição da notícia do desktop ou do laptop para o celular que muda tudo. Modificou tudo ter um aparelho na palma da mão. O smartphone influenciou muito a forma como se faz o jornalismo esportivo. O conceito que se aplica a ele é o da velocidade, sendo que, ao mesmo tempo em que está produzindo rapidamente, o jornalista também está sendo julgado. Na web ou nas redes sociais, o jornalista está todo o tempo sob o crivo do público (Gustavo, U. P. & Quintanilha, S. R. 2025, <https://revistas.usp.br/alterjor/article/view/231859>, DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2176-1507.v31i1p79-99>).

Quintanilha destaca a velocidade como novo paradigma e menciona que no jornalismo esportivo, essa mobilidade impôs a velocidade como o valor principal. A demanda por informação imediata significa que a produção jornalística precisa ser extremamente rápida, acompanhando o ritmo dos eventos esportivos em tempo real.

O controle constante e instantâneo é um desafio imposto ao jornalista pela rapidez da produção de conteúdo nas redes sociais e na *web*. A audiência, com acesso às mesmas ferramentas, pode analisar e criticar o trabalho em tempo real, estabelecendo um cenário de pressão ininterrupta ao jornalista esportivo.

A partir desses indicativos surge a vontade de entrevistar profissionais do jornalismo esportivo a fim de capturar as percepções dos mesmos com relação as transformações que a inteligência artificial pode impor à atuação desse setor jornalístico, bem como eles olham para o futuro da profissão. Sendo assim, o objetivo geral desse artigo buscou compreender se essa inteligência tecnológica em algum momento substituirá esse profissional no futuro e como isso se daria?

Os objetivos específicos caminharam pelas reflexões em conhecer a partir do olhar de quem trabalha com o jornalismo a sua interação com a IA e como percebem essa transformação na prática da atuação.

Esse objetivo investe esforço em compreender algumas hipóteses, sendo elas: H1. O jornalista esportivo percebe o ingresso da IA na prática vigente da atuação profissional; H2. O jornalista esportivo atualmente usa a IA no dia a dia de trabalho; H3. O jornalista esportivo entende que a profissão será alterada pelo ingresso da inteligência artificial na prática futura de trabalho.

Isto posto, questiona-se como pergunta problema dessa pesquisa se a inteligência artificial interferirá no modelo de trabalho atual de modo a sucumbir o jornalista de esporte na sua prática de atuação e como isso ficará? A questão problema é a inquirição norteadora desse trabalho no sentido de observar o futuro do jornalismo esportivo, ou seja, a projeção a partir do olhar de novos e experientes profissionais do setor dos esportes. Assim sendo, a metodologia utilizada nesse artigo considerou que teria mais êxito caso fossem entrevistados especialistas que vivem esse setor de atuação no jornalismo e, sendo assim, elaborou-se questionamentos que constituíram uma rota de entrevista com o intuito de receber retornos pessoais e particulares de cada interrogado.

1. Estado da questão

O estado da arte da temática dessa investigação tem como primeira reflexão a percepção e o lugar do jornalista na sua atuação em tempos de inteligência artificial (IA).

É muito importante buscar formas de ser diferenciado na ambiência digital. Não pode ser simplesmente uma repetição daquilo que o próprio público já acessa sem sua mediação. É um desafio enorme. O jornalista esportivo é apenas uma voz no

meio de milhões de vozes. Potencializar essa voz é o grande desafio. (Gustavo, U. P. & Quintanilha, S. R. 2025. <https://revistas.usp.br/alterjor/article/view/231859>, DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2176-1507.v31i1p79-99>).

Quintanilha, S. R., em entrevista concedida a Gustavo Urbani Pessutti da Universidade de São Paulo, apresenta uma reflexão crítica sobre a crise de relevância e o novo papel do jornalista apontando para a reflexão em que o jornalista esportivo não compete mais apenas com outros jornalistas; ele compete pela atenção do usuário com influenciadores, perfis de memes, algoritmos de casas de apostas e os próprios torcedores. Para ser “diferenciado”, o profissional precisa de uma identidade própria e de um ângulo que a tecnologia (ou o amador) não consiga replicar.

Desta forma, observa-se que jornalistas estão em adaptação à convivência com a inteligência artificial e, concomitantemente, possuem uma relação de complementaridade com ela uma vez que a IA pode atuar em favor desse profissional quando lhe oferece mais agilidade em práticas e/ou rotinas metódicas que lhes tomariam muito tempo de trabalho e reduzir seu período criativo.

Nesse cenário seria interessante que o jornalista se concentrasse em tarefas que a IA não consegue replicar, como a análise humana de cenário, a interpretação e a sensibilidade no discurso das matérias, sendo elas nas suas inúmeras formas. Um fato existe, a cada dia a inteligência artificial ganha mais espaço nas áreas do campo jornalístico.

Deve-se enfatizar que as transformações tecnológicas não são de agora ou somente desse tempo em que vivemos, e, mesmo assim com toda essa metamorfose de transições na atuação, o jornalismo sempre existiu e segue existindo.

Possivelmente o que mudará será o modo de atuação do profissional do jornalismo esportivo, dessa vez incluindo uma inteligência chamada de artificial e programada para auxiliar no dia a dia das tarefas que não demandam exagerada criatividade do ser humano, sensibilidade e a paixão da mente do profissional que atua nesse campo de trabalho.

Isso será mencionado mais adiante, no tratamento e abordagem das respostas dos entrevistados no campo de resultados e nas conclusões dessa pesquisa.

2. Referencial teórico

O referencial teórico caminha por algumas reflexões entre o jornalismo e sua interação comunicativa com o advento da inteligência artificial. Sousa (2006), em sua obra *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media* descreve que:

A comunicação é indispensável para a sobrevivência dos seres humanos e para a formação e coesão de comunidades, sociedades e culturas. Temos de comunicar, entre outras razões: • Para trocarmos informações; • Para nos entendermos e sermos entendidos; • Para entretermos e sermos entretidos; • Para nos integrarmos nos grupos e comunidades, nas organizações e na sociedade; • Para satisfazermos as necessidades económicas que nos permitem pagar a alimentação, o vestuário e os bens que, de uma forma geral, consumimos; • Para interagirmos com os outros, conseguindo amigos e parceiros, tendo sucesso pessoal, sexual e profissional, algo fundamental para a nossa auto-estima e equilíbrio. (Sousa, 2006, p. 23).

Para mais, acrescenta-se à argumentação do autor acima citado, a avaliação da inteligência artificial que segundo (Russell e Norvig, 2020, p. 7) “pode ser compreendida como o campo que estuda agentes capazes de perceber o ambiente e agir sobre ele” e, sendo assim, não se desvincula comunicação do jornalista e, de agora em diante, associa-se às possibilidades ágeis das tecnologias inteligentes.

Em ambas as citações, a comunicação conversa com o profissional do jornalismo esportivo, nessa perspectiva a comunicação é a base da sobrevivência e da coesão social encaminhando sentido às possibilidades de o jornalismo esportivo ser uma ferramenta que transforma o fenómeno físico do esporte em um fenómeno cultural e social, cumprindo a função vital de conectar as pessoas, gerar valor e dar sentido às interações humanas no contexto das competições.

A comunicação do jornalismo do esporte deixa de ser traduzida apenas pela descrição de suor e movimento para se tornar memória que atravessa gerações e, ao mesmo tempo, proporciona a mediação das conversas sociais. Consequentemente, se o jornalismo conecta o indivíduo ao coletivo, a inteligência artificial atua na segmentação. Ela permite que a mesma história chegue a diferentes públicos não anulando o papel do jornalismo como ferramenta de transformação. Há que se refletir que o jornalista, ou seja, o ser humano da comunicação garante o peso emocional e a ética da sua atividade, enquanto a IA fornece a infraestrutura tecnológica para que essa conexão alcance o coletivo de forma mais rápida, personalizada e em múltiplos canais.

3. Metodologia

Essa pesquisa percorreu o caminho do pensar e encontrar uma maneira de se obter um resultado que aglutinasse os assuntos inteligência artificial e a interface com o jornalismo, sua comunicação e o segmento esportivo.

A partir disso, a investigação se envervou pela intenção de entrevistar profissionais por meio de *e-mail* e *whatsapp* que atuassem na área do jornalismo esportivo a fim de obter respostas que apontassem para a percepção particular de cada inquirido e, a partir daí, houvesse dados suficientes para traçar um cenário visto pela ótica dos entrevistados, sendo eles mais recentes na sua prática de atuação ou com mais tempo de atividade.

Nesse contexto cita-se Lakatos (2010, p.178) afirmando que “a entrevista é um encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de um determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional”. E acrescenta que “a entrevista é um importante instrumento de trabalho nos vários campos das ciências sociais ou de outros setores de atividades , como da Sociologia, da Antropologia, da Psicologia Social, da Política, do Serviço Social, do Jornalismo, das Relações Públicas, da Pesquisa de Mercado e outras”.

Com o intuito de que a entrevista acontecesse, houve a abordagem inicial ao profissional do jornalismo em face de discorrer sobre quem seria a entrevistadora e, paralelamente, a razão do seu interesse. Descreveu-se a trajetória da mesma, apontou-se o desejo e o motivo para obter essas respostas, e, como esses resultados tornariam os dados dessa pesquisa sustentadamente reais, uma vez que os entrevistados impimiriam suas impressões pessoais nas respostas e explicações de cada pergunta.

Isto posto, a entrevista percorreu em três momentos. A primeira etapa buscou conhecer a pessoalidade dos entrevistados no que dizia respeito à confirmação da sua formação superior, tempo de atuação e segmentos de atuação. Na sequência, a ideia foi obter informações diretas sobre os pensamentos do jornalista atuante no mundo do esporte com relação à inteligência artificial no seu campo de trabalho. E, na terceira parte da entrevista, o cerne da pergunta foi extrair dos entrevistados de maneira personalizada como ele enxergaria a comunicação da sua profissão no futuro diante da IA. Essas entrevistas foram enviadas pela caixa de mensagem pessoal de cada jornalista a partir da escolha de cada questionado (*e-mail* e *whatsapp*).

As indagações da entrevista se deram nessa sequência:

Parte I - Pessoal

- 1 Nome completo?
 - 2 Curso de Formação e Instituição?
 - 3 Quanto tempo de atuação na área do Jornalismo esportivo?
 - 4 Veículos de trabalho/comunicação que já atuou?
 - 5 Veículo de trabalho que atua e há quanto tempo?
 - 6 Você é uma jornalista que atua na profissão de qual modo? Tem mais de um?
- Mencione todos!

Parte II – Investigação (poderá ser respondida cada questão da parte II de acordo com sua atuação, se um modelo, mais de um, etc)

1 Na sua opinião como era comunicação esportiva de modo geral quando você começou sua atuação profissional? Faça um relato!

2 Você usa Inteligência Artificial no seu dia a dia de trabalho para construir sua comunicação esportiva? De que maneira?

3 Na sua opinião como está a comunicação esportiva atual de modo geral com o surgimento da Inteligência Artificial?

4 Você acha que o futuro da comunicação esportiva irá reduzir espaço para o jornalista, pessoa humana, atuar? Se sim, por quê? Se não, por quê?

Parte III - Futuro

1 Como você visualiza o futuro da comunicação esportiva a partir desse evento de inserção de Inteligência Artificial nos contextos de trabalho jornalístico?

Obviamente as entrevistas possuem vantagens e limitações. Poderia um entrevistado não responder, ou se demorar a ponto de não chegar a resposta a tempo de balizar com outros respondentes, e, dados interessantes ficarem fora do artigo ou ainda serem respondidas pela metade. Isso não ocorreu.

Portanto, a oportunidade da obtenção de dados específicos e peculiares de profissionais atuantes no jornalismo esportivo foi um dos pontos positivos de utilizar o modelo de entrevistas.

Outro ponto significativo se dá a partir da recolha de informações mais precisas, comprovadas e personalizadas das quais não se encontraria caso não fossem diretamente entrevistados, afinal, toda entrevista tem uma intenção.

Ainda sobre os benefícios da entrevista para avançar no conhecimento, acontece quando o entrevistado tem a liberdade de expressar suas impressões mais particulares possíveis, e formular suas respostas com suas ideias pessoais concordando ou discordando sobre os assuntos levantados.

4. Resultados e discussão

A essência desse artigo se deu no âmbito do debate acerca da existência da inteligência artificial na atuação do jornalismo esportivo com vistas a apreciar como os jornalistas atuantes no setor em questão enxergam o andamento da prática do trabalho a partir da inserção de novos modelos de tecnologia nos tempos atuais.

A ideia teve como pano de fundo a busca de receber retornos que refletiriam o olhar integral e fiel dos entrevistados sobre a renovação do jornalismo de maneira geral, especialmente para esta pesquisa, obtendo o juízo de valor pessoalizado do jornalista esportivo.

Por conseguinte,

A aceleração do tempo na modernidade líquida, essa incerteza, está claramente transferida para o esporte. Existe essa volatilidade: tudo está mudando o tempo todo. O que é grande hoje pode ser pequeno amanhã. Não tem mais a solidez de antigamente. Isto vale para tudo. Vale para o time. Vale para o jornalista esportivo. A forma de fazer jornalismo. Se a pessoa encontra uma fórmula hoje, daqui a seis meses ou daqui a um ano pode ser que já não valha mais. (Gustavo, U. P. & Quintanilha, S. R. 2025- <https://revistas.usp.br/alterjor/article/view/231859>, DOI: <https://doi.org/10.11606/issn.2176-1507.v31i1p79-99>).

A fim de enfatizar reflexões, considerações, percepções e análises sobre a temática desse estudo, foram entrevistados seis profissionais do jornalismo que atuam no setor dos esportes. Dos entrevistados, somente um profissional solicitou que enviasse a entrevista também por *e-mail*, os demais responderam por *whatsapp*.

Os jornalistas foram abordados pelo critério de sempre terem atuado e estarem atuando na área do estudo desse artigo em toda a sua carreira profissional, e, por praticarem e desenvolverem sua atividade jornalística tanto em rádio, quanto televisão e meios digitais podendo estabelecer amplo olhar a partir de múltiplos espaços de desempenho.

Além disso, foi ponto de interesse constituir o diálogo com jornalistas esportivos com menos de 10 anos e mais de 20 anos de laboração, com a finalidade de perceber e observar a partir da experiência de cada um deles, se haveria olhares distintos entre os que possuem menos tempo de atuação para com aqueles que tem mais tempo de prática, e, como enxergam a questão da inteligência artificial no contexto da execução do seu trabalho nos dias de hoje.

Somado aos quesitos já citados, ainda houve interesse em investigar profissionais que exerceram e exercem sua práxis em canais importantes e significativos da comunicação na sua prática profissional, ou seja, em organizações de muita confiabilidade na transmissão de notícias e bastante reconhecidas pela sua história de existência, nomeadamente: Record News, Site Gazeta esportivo, Transfermarkt, Rádio Globo, TV Anhanguera Globo, Jornal Mais Goiás digital, Goiás Esporte Clube, FGVTV, Fenomenal Sports, Jovem Pan, Futebol na Veia, Jornal O Popular, Rádio Voz do Esporte, Rádio Poliesportiva, Rádio Sagres 730 am, Jornal Diário da Manhã, Rádio Difusora, Rádio Brasil Central, Rádio K do Brasil, Rádio CBN Goiânia, Televisão Brasil Central, Televisão Serradourada, PUCTV e outras.

Uma curiosidade descortinada foi constatar que os jornalistas entrevistados na sua totalidade atuam e sempre atuaram em mais de um veículo de trabalho.

Dos resultados encontrados, observou-se que dos profissionais que receberam a entrevista em sua caixa particular de mensagem (*e-mail/whatsapp*) todos responderam. Resultado que se apresenta como positivo, afinal, todos aderiram à pesquisa.

As indagações foram apresentadas em três etapas. A primeira delas mais personalizada e pessoal com o propósito em conhecer o entrevistado, tais como: nome completo, formação, instituição de estudo, veículo de trabalho e quanto tempo de atuação e modelo de trabalho.

Em segunda instância, as perguntas se deram com a curiosidade de perceber a captar a opinião do respondente com relação à sua compreensão pessoal sobre como era a sua atuação pessoal no início da atuação, como foi se transformando ao longo dos anos e, como o profissional entende o movimento da inteligência artificial na prática nos dias de hoje e sua visão de futuro.

Já na terceira seção, a questão se encaminha diretamente a buscar o pensamento de cada um dos entrevistados (personalização) quando o coloca no lugar de observador quanto ao futuro da comunicação esportiva adicionada à inserção da IA no contexto do trabalho.

Sobre a primeira pergunta da segunda parte da entrevista em que questionava o como era a comunicação esportiva quando os investigados começaram a atuar, obteve-se as seguintes reflexões.

Com relação aos profissionais com menos tempo de atuação, B. N. Marina e R. P. Caíque, respectivamente 7 e 4 anos, eles apontaram que quando começaram a atuar os mecanismos de busca na internet já eram fortes na prática do trabalho já eram utilizados e, B. N. Marina e R. P. Caíque apontam que embora timidamente a IA era meio de conteúdos.

Já os abordados com mais de 10 anos de atuação até 28 anos de prática, a primeira resposta se deu por uma caminhada nostálgica, quando relataram que o jornalismo esportivo já foi apurado por meio de emissoras de rádio ou assistindo ao vivo e aí se fazia matérias. E ainda apontaram que a comunicação esportiva era muito centrada centrada no repórter de campo e no apresentador de estúdio e que os profissionais eram quase que exclusivamente masculino. Todos foram unânimes, aqueles que já atuavam e os que estudaram para atuar no presente que o jornalismo esportivo mudou muito.

Ainda na parte dois, a segunda indagação feita a todos os entrevistados teve interesse em saber dos entrevistados se eles usam IA para construir a comunicação esportiva e

como isso se daria? O que se descobriu foi que todos os respondentes usam a inteligência artificial de algum modo. Todos foram unânimes em dizer que não confiam inteiramente na IA, mas que a utilizam para praticar atividades que levariam muito tempo como transcrever entrevistas, organizar os textos e outras práticas que são operacionais, mas nunca na execução intelectual do trabalho. Apontaram que a IA é um caminho sem volta nesse segmento de atuação, contudo ressaltaram que os profissionais precisam ter muito cuidado porque a IA tem textos padrões que não são bons e demonstram originalidade de um profissional. Das inteligências citadas foi mencionada o *ChatGPT* e *GoogleAI*.

Ainda na mesma segmentação e na terceira pergunta, foi indagado a cada jornalista a visão de cada um sobre o como está a comunicação esportiva com o surgimento da IA nos tempos de hoje? Todos foram consonantes quando disseram que nada substitui a criatividade e a originalidade do jornalista.

Houve também pontos que se complementaram afirmando que a IA não substitui pessoas, mas que auxilia sim na produção de vídeos, organização de textos e outros trabalhos que são operacionais.

Um entrevistado, o S. José Roberto, com 18 anos de atuação, fez questão de ressaltar que a “inteligência artificial entrega trabalho em segundos, o que um indivíduo levaria muito tempo para colocar em palavras. Contudo precisa se observar como conversar com a IA, e acrescenta que ela pode ser um problema caso não haja habilidade do profissional com a mesma, ofertando notícias falsas e desconexas. E, ainda afirma que é importante pensar em uma regulação urgente da IA para que não haja mancha na reputação dos profissionais desse setor”. A entrevistada jornalista F. R. Thais, aponta que a “IA torna o cenário do campo esportivo mais dinâmico, plural e tecnológico e nunca substituirá o coração e a sensibilidade do jornalista” nas apresentações, redações e debates.

A quarta e, portanto, última pergunta da segunda parte da entrevista indagou de forma contundente ao entrevistado se o jornalista esportivo terá menos espaço de atuação no futuro com ia e a justificativa da reflexão. De todos os entrevistados, somente um entrevistado materializou a fala dizendo que sim o profissional pode perder espaço com o advento da IA quando se trata das redações e que o jornalismo seguirá tendo que ser feito por jornalistas.

Os outros questionados disseram que o jornalista esportivo não será substituído porque o esporte requer emoção na tradução da prática, mas corroboraram que sim pode ser que haja alguma transformação que só o futuro apresentará.

Cabe ressaltar que S. José Roberto com 18 anos de atividade no jornalismo esportivo mencionou que surgiram mais possibilidades ao longo dos anos e com o surgimento de

ferramentas advindas da tecnologia. “No *Youtube*, há uma nova possibilidade que são as transmissões por esse canal. Acrescentou dizendo que a Rede Globo de televisão, a maior emissora do Brasil, já tem uma equipe preparada nesses novos modelos digitais com auxílio de IA pelo *Youtube*, e que o campo para comunicação no jornalismo esportivo pode aumentar sob outra ótica de atuação.”

Na terceira etapa da entrevista, as questões os invitaram a olhar exclusivamente para o futuro considerando que a IA estará no contexto de trabalho jornalístico, e como isso seria visualizado por eles? As respostas foram autênticas e complementares, com o olhar pessoal de cada jornalista respondente.

Foi mencionado que deveria haver nas redações uma dedicação ao conhecimento de aplicabilidade da IA na área de atuação. O jornalista R. P. Caíque, relatou que “pode haver a possibilidade de cairmos em um limbo de conteúdos repetitivos e que no esporte busca-se conteúdos que representem sentimentos reais”.

Também houve quem respondesse que ainda não consegue realizar esse futuro. Alguns inquiridos disseram acreditar que haverá mudança em alguma atuação, mas que virão outros modelos e outras possibilidades, no entanto houve quem afirmasse que o jornalista esportivo será um profissional de múltiplas tarefas com o auxílio da IA, e, que a mesma auxiliará nos processos de trabalho, mas nunca na comunicação esportiva que segundo R. F. Thaís, “tem que ser feita com alma”. E por fim, também afirmaram que todas as profissões se adaptam a tudo, não seria o jornalismo esportivo que não se ajustaria às mudanças no modo de atuação.

Conclusões

O objetivo desse artigo se deu a partir do desejo em compreender se a inteligência artificial em algum momento substituirá esse profissional no futuro, e essa análise foi apurada proveniente de entrevistas com profissionais do jornalismo esportivo. As conclusões foram que, com relação ao intuito do cerne da pesquisa, todos foram consoantes em apontar que de alguma maneira a inteligência artificial já permeia e irá entranhar-se em algumas funções dos jornalistas e que outras atuações serão criadas.

Ao mesmo tempo totalizou-se que o sentimento de originalidade e a sensibilidade do jornalista do esporte não terá como ser praticado por uma inteligência não humana sob nenhuma circunstância.

Percebeu-se em todas as argumentações e reflexão por parte dos entrevistados que já há a o uso da IA ainda que de modo tímido nas práticas operacionais diárias.

Além disso, houve entrevistado apontando a necessidade de aprender mais sobre inteligência artificial nos contextos de atuação, assim como houve respondente que declarou que a IA é uma realidade, e que o jornalista esportivo deve se ajustar ao que ela pode oferecer de bom à prática do trabalho.

Reforça-se que esse artigo não teve a intenção de saturar esse debate sobre o jornalismo esportivo, sua atuação e o seu futuro com a inserção da inteligência artificial, todavia, buscou trazer o debate para a reflexão em um dos setores do jornalismo, que por sua vez mexe com os sentimentos e sensações das pessoas e gostos variados pelos tipos esportivos em todos os lugares do mundo.

O desfecho dessa investigação corrobora que o jornalista é o ator principal da provocação da emoção humana, podendo se apresentar na redação de texto, na fala dirigida ao público seja ele de qual veículo for ou na transmissão de quem recebe essa comunicação desportiva.

A IA não é uma ferramenta que somente provoca alvoroço ao profissional, mas também poderá ser uma aliada nas tarefas rotineiras e maçantes nas atividades do jornalista esportivo.

Essa pesquisa não tem nem de longe a pretensão de ser ponto final nessa temática, nem teria a audácia para tanto. Contudo, por meio das entrevistas e resultados, deduziu-se que os jornalistas esportivos devem se preparar para o futuro. Um futuro com inteligência artificial e sendo assim, deve-se investigar cada vez mais esse setor do jornalismo por ser amplo e pujante no ramo de trabalho.

Um futuro em que o emissor e o receptor da comunicação esportiva caminham, se movimentam e interagem de forma muito mais próxima e interativa ao profissional do esporte. A ideia se dá na visão de o profissional do jornalismo no segmento de esportes se dirigir para a possibilidade de desenvolver habilidades que a tecnologia não pode replicar, tais como a análise crítica e construção de relacionamentos humanos impactantes dentre outros cenários.

Por fim, neste ponto cabe uma reflexão de arremate, a IA é benéfica ao jornalista quando os profissionais a usarem como parceira para a sua eficiência operacional e, sendo assim, prosperar ainda mais na sua forma de atuação.

Referências bibliográficas

- Fonseca, O. J. A.** (1981). *O cartola e o jornalista: a influência da política clubística no jornalismo esportivo de São Paulo*. (Dissertação de Mestrado). Universidade de São Paulo.
- Franco, C. R.** (2017). *Inteligência Artificial*. Uniassevi.
- Gustavo, U. P. & Quintanilha, S. R.** (2025). *Jornalismo esportivo digital: um levantamento analítico de autores, características e conceito*. Revista Alterjor, Volume (Nº1), 79-99. <https://orcid.org/0009-0008-1235-681X>.
- Lakatos, E. M.** (2010). *Fundamentos de Metodologia Científica*. (7ª. ed.). Atlas.
- Sousa, J. P.** (2006). *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media* (2ª. ed.). Média XXI.
- Stuart, J. R. & Norvig, P.** (2002). *Inteligência Artificial-Uma Abordagem Moderna*. (4ª. ed.). LTC.

A presença da IA na comunicação sob a perspectiva do olhar de estudantes de Publicidade e de Tecnologia da Informação e o mercado de trabalho

Andréia Magalhães de Oliveira

Universidade Fernando Pessoa (UFP)-Porto/Portugal • Instituto de Educação Avançada (INEA)
olimelo2@hotmail.com

Nivaldo Pereira de Moraes Júnior

Universidade Federal de Goiás (UFG)-Brasil
nivaldomorais@gmail.com / nivaldomorais@ufg.br

Manuela Magalhães Macedo Melo

Universidade Federal de Goiás (UFG)-Brasil
manuelamelo@discente.ufg.br

Thaynara Máille Marques Ribeiro

Universidade Federal de Goiás (UFG)-Brasil
thaynara_maille@discente.ufg.br

Resumo: A comunicação é o meio no qual o mundo se envolve em vários contextos, e, sem ela não seria possível a inovação das diversas formas verbal e não-verbal que um ou mais indivíduos usam para vivenciar, transmitir ideias, trabalhar, ter informações e conhecimentos, conectar com pessoas, teorias, dentre outras formas de entrosamento humano. Para Rodrigues (2016, p. 34) “a comunicação constrói uma realidade”, e, é com este olhar que essa pesquisa se debruça e tem como temática averiguar o contexto da comunicação diante à existência da inteligência artificial (IA) na perspectiva do olhar de estudantes da Publicidade bem como dos discentes de Tecnologia da Informação com o objetivo de perceber se esses alunos notam se há interferência no modelo de comunicação após a chegada da IA para interagirem com o mercado de trabalho. O mercado de trabalho é um espaço onde a oferta e a procura de mão de obra se encontram, e sob esta ótica, alunos nessa era de tecnologia se incorporam em um contexto em que o trabalho e a interrelação com ele se mostra diferente. Metodologicamente essa análise se organizou por meio de investigação com questionários no modelo online a grupos de estudantes das áreas citadas. Ao final, tanto os alunos de Publicidade quanto os de Tecnologia da Informação já convivem com essa metamorfose e entendem que a IA de algum modo influencia as formas de comunicação com o mercado de trabalho.

Palavras-chave: Comunicação; inteligência artificial; publicidade; tecnologia da informação; transformação.

Introdução

A comunicação está intimamente ligada aos campos de estudo da publicidade e comunicação social nas suas habilitações¹ e da tecnologia da informação. Esses dois setores

¹ O segmento/setor/campo de estudo ‘comunicação social nas suas habilitações’ estará convencionado em todo texto pelo fato de que há algumas Instituições de Ensino superior que intitula a formação superior denominada “Publicidade” e outras a titulam como campo do estudo “comunicação social habilitação em publicidade”. A ideia seria não afastar o pesquisador

de estudo foram estabelecidos para essa pesquisa pela simbiose que possuem quando a tecnologia da informação fornece as ferramentas, plataformas e a capacidade de análise de dados essenciais para que a publicidade seja ainda mais eficiente. Em vista disso, a inteligência artificial² (IA) atua como uma influente estimuladora de mudanças e de renovação em todas essas duas áreas.

Essa pesquisa se dirigiu à reflexão de compreender a partir de dois segmentos de atuação como pensa os profissionais dos setores afins desse estudo, sendo eles, publicidade e comunicação social nas suas habilitações e tecnologia da informação, sobre a percepção da inteligência artificial no cotidiano de aprendizagem e atuação nas suas categorias de formação e interatividade com o mercado de atuação estudado.

A importância em pesquisar sobre a intersecção entre comunicação, publicidade, tecnologia da informação é crucial porque a IA está redefinindo fundamentalmente essas áreas, tornando os profissionais potencialmente mais eficientes, estratégicos e capazes de criar campanhas altamente personalizadas. A IA não substitui o pensamento humano, contudo expande as capacidades e permite ressaltar em atividades criativas e complexas que podem ser elaboradas exclusivamente pelo ser humano. Para esse pensamento, a reflexão de Medeiros apoiou o interesse desse artigo.

O conhecimento do objetivo de uma pesquisa é etapa que indica e caracteriza o que o pesquisador tem em vista alcançar com sua investigação. Em geral, a formulação do objetivo da pesquisa ocorre quando o problema já foi estabelecido. Caracteriza-se como fase em que o pesquisador procura dar resposta às questões: Porque fazer a pesquisa? Para que realizar a pesquisa? Para quem? (Medeiros, 2009, p. 222).

Isto posto, o objetivo desse artigo se deu na perspectiva de perceber se os entrevistados (alunos sendo eles de graduação e/ou de pós-graduação) notam se há de algum modo interferência no modelo de comunicação após a chegada da IA para interagirem com o mercado de trabalho.

A metodologia de pesquisa dessa investigação ocorre no formato de questionário via *google forms* dirigido aos estudantes sendo eles de graduação ou de pós-graduação de tecnologia da informação e publicidade e comunicação social nas suas habilitações.

pela denominação dos cursos de formação determinada pelas escolas de ensino superior e obter o maior número possível de respondentes no campo da publicidade.

² Todas as vezes que houver o termo 'inteligência artificial', o mesmo poderá ser substituído pela sigla 'IA' sem parêntese.

O problema da pesquisa se estabelece quando os investigadores se reúnem, observam suas áreas de atividade (publicidade, tecnologia da informação, comunicação) e percebem que tudo se transformou acentuadamente com a chegada imponente da inteligência artificial.

Assim sendo, esse contexto trouxe a necessidade de compreender algumas hipóteses destinadas às áreas de estudos investigadas: H1. Os investigados desenvolver atividades relacionadas à área de formação; H2. Avaliar se os investigados perceberiam impacto da inteligência artificial na atuação diária; H3. Avaliar se os entrevistados percebem a presença da inteligência artificial afetando na sua comunicação com o mercado de trabalho; H4. Constatar se os entrevistados tiveram contato com a inteligência artificial em algum momento da formação.

1. Estado da questão

A inteligência artificial pode ser utilizada para aperfeiçoar e aprimorar todo tipo de comunicação como, por exemplo, o uso de recursos de segmentação para impulsionar mensagens nos campos de publicidade e tecnologia da informação para inúmeros fins.

Cabe ressaltar que a comunicação move o mundo, contudo a IA é um meio dentro da tecnologia da informação que promove a velocidade, o trabalho em escala, o aumento de visibilidade dentre outros, e, nesse contexto, a publicidade se movimenta nesse metamorfose de tecnologia e atuação.

Essa interação entre inteligência artificial, publicidade e tecnologia da informação é uma conexão que desempenham juntas um papel importante na comunicação e, ao mesmo tempo, forçam de algum modo que os profissionais aqui nessa pesquisa investigados se envolvam com esse instrumento de auxílio ao seu trabalho diário.

Há que se pensar que de agora em diante do mesmo modo que a IA auxilia pode também provocar um estado de atenção quando se fala em algumas questões práticas, tais como o papel e atuação dos profissionais e os desafios éticos associados ao uso dessa inteligência de máquina dentro da comunicação.

Tudo isso requer estudo, compreensão, entendimento e muitos princípios dos agentes desses setores investigados nesse artigo.

Todavia, o alicerce dessa pesquisa se dá na expectativa de conhecer a partir do olhar de estudantes dos dois setores investigados, sendo eles estudantes de graduação e pós-graduação, como notam e se preparam para o mundo interligado da comunicação somado à inteligência artificial e às suas atuações na formação propriamente dita.

O estado da arte dessa investigação contempla vertentes que se coadunam. Em um contexto específico ao entendimento de que do campo da publicidade que é dinâmico e transformador, e tem como objetivo principal alcançar um tipo específico de públicos nas suas ações, a IA coopera com seus algoritmos de aprendizado de máquina, quando analisa vasta quantidade de dados de consumidores (comportamento de navegação, histórico de compras, interações em mídias sociais), quando cria perfis detalhados e, sendo assim, sob o prisma da comunicação permite a entrega de mensagens hiperpersonalizadas em escala, aumentando a relevância e a produtividade das campanhas e da atuação do profissional.

Aglutinado à reflexão anterior tem-se o estado da arte da área de tecnologia da informação relacionando-se com a comunicação e com a IA que se configuram como vasta, gerando inúmeras possibilidades às atividades do estudante/profissional desse setor nas suas atuações profissionais. A IA se configura proveitosa para o segmento de tecnologia da informação quando auxilia no aperfeiçoamento da comunicação que esse setor colabora com outras áreas de atuação, mas não só por isso, quando envolve-se em estudo de como os dados são transmitidos, quando compreende com maestria os protocolos de comunicação, quando se torna uma aliada no planejamento do desempenho profissional.

Em suma, o estado da arte dessa pesquisa que se bebrucha em unir os campos da publicidade, da tecnologia da informação e da comunicação com o advento da inteligência artificial. Na tecnologia da informação, a IA se mostra proveitosa ao auxiliar no aperfeiçoamento da comunicação que o setor de tecnologia da informação estabelece com outras áreas e na publicidade IA coopera com a eficácia na comunicação.

2. Referencial teórico

Mollick em seu livro *Cointeligência: a vida e o trabalho com IA*, publicado em 2025, traz muitas reflexões acerca do trabalho nas mais amplas perspectivas e os impactos da IA.

Uma das primeiras perguntas que as pessoas fazem quando começam a utilizar a IA de verdade é se isso vai afetar no trabalho. A resposta mais provável é que sim. A questão é importante o suficiente para que pelo menos quatro equipes de pesquisa tenham tentado determinar em quantas profissões humanas as IAs são capazes de atuar. Para isso, utilizaram um banco de dados bem detalhado das funções exigidas em 1.016 profissões. A conclusão em todos os estudos foi a mesma: quase todas as nossas profissões estão presentes os recursos da IA (Mollick, 2025, p. 127).

A inteligência artificial estudada desde o século XX é relativamente nova no mundo das profissões e chega de maneira pulverizada em todos os setores de atuação profissional no século XXI, em especial, no ano corrente.

Pode-se dizer que o primeiro grande trabalho reconhecido como IA foi realizado por Warren McCulloch e Walter Pitts (1943). De acordo com Russell e Norvig (2004), eles se basearam em três fontes: “o conhecimento da fisiologia básica e da função dos neurônios do cérebro, uma análise formal da lógica proposicional criada por Russell e Whitehead e a teoria da computação de Turing”. Esses pesquisadores sugeriram um modelo de neurônios artificiais, no qual, cada neurônio era caracterizado por “ligado” ou “desligado”, desse modo, o estado de um neurônio era analisado como, “equivalente em termos concretos a uma proposição que definia seu estímulo adequado” (RUSSELL; NORVIG, 2004).

Não diferente é também nas áreas de publicidade e tecnologia da informação. A IA permeia esses domínios de conhecimento constantemente de maneira que os profissionais precisem se atualizar, rever suas formas de atuação e reinventar os modos de atuação diante de uma inteligência que facilita e altera o trabalho de algum modo.

A integração da inteligência artificial com a publicidade oferece condições significativas, que pode incluir desde a personalização, a automação de tarefas, a otimização de afazeres e a capacidade de mediar atividades mais estratégicas e criativas que só o ser humano é capaz de fazer, e, concomitantemente, oferece uma vasta gama de aprimoramentos que vai desde o aumento da utilidade das atividades rotineiras até a potencialização da eficiência na prática de atuação da tecnologia da informação.

3. Metodologia

A metodologia empregada no delineamento do artigo foi escolhida a partir da necessidade de discutir a interatividade entre setores de estudo que se movimentam constantemente na perspectiva da comunicação, sendo eles, a tecnologia da informação e a publicidade e comunicação social nas suas habilitações e a confluência dessas áreas com a inteligência artificial.

Estendida à demanda citada também há a questão de compreender se a inteligência artificial é conhecida por esses estudantes/profissionais³ ao longo da sua formação, e, como eles se depararam com a IA ao longo da formação e, ao mesmo tempo, como a enxergam para o futuro de sua atuação.

A abordagem foi feita por meio de grupos de alunos que estavam em formação, sendo ela na graduação ou pós-graduação das duas áreas pesquisadas. Foi enviado um formu-

³ Estudantes/profissionais refere-se aos estudantes que trabalham na área mesmo sendo estudantes.

lário elaborado no *google forms*, descrevendo o interesse dos pesquisadores e apresentando as indagações.

Uma única pergunta foi dirigida aos dois cursos. As outras indagações se repetiam, porém foram repetidas de modo separado para cada curso de formação. A ideia foi perceber como se distinguem os pensamentos dos estudantes das áreas de tecnologia da informação dos pensamentos dos estudantes de publicidade e comunicação social nas suas habilitações.

Cabe reforçar, que o setor ‘comunicação social nas suas habilitações’, esteve incluído no formulário de pesquisa porque há algumas intuições de ensino superior que denominam a graduação pelo nome de ‘publicidade’ e outras por ‘comunicação social com habilitação em publicidade’.

O intervalo de elaboração das perguntas, envio, retorno e tratamento dos dados aconteceram entre a primeira quinzena de setembro à primeira quinzena de dezembro de 2025, para tentar o máximo número de respondentes, já que seria período de estudo o que talvez tornaria mais fácil a captação de respostas. Os pesquisadores desse artigo tiveram por meta alcançar o máximo de respondentes possíveis no período pesquisado. Foram 141 respostas no total.

Lakatos (2011, p. 287) ressalta que “o enfoque quantitativo vale-se do levantamento de dados e procura principalmente a expansão de dados, ou seja, a informação levando em consideração a comprovação das hipóteses ou refutação das mesmas com precisão e controle.”

As indagações foram delineadas em formato objetivo, sem interesse em revelar características pessoais dos entrevistados e, tinham tão somente, a disposição em compreender se os estudantes possuíam contato, conheciam, estudaram e entendiam que a inteligência artificial poderia interferir ou interfere no seu dia a dia como especialistas da sua área de atuação.

As questões foram apresentadas na sequência: 1. Em que curso você está atualmente estudando ou estudou, considerando a graduação como informação principal; 2. Você atualmente desenvolve atividades profissionais diretamente relacionadas à sua área de formação-indagação dirigida ao campo de estudo da publicidade/comunicação social nas suas habilitações; 3. Você atualmente desenvolve atividades profissionais diretamente relacionadas à sua área de formação-indagação dirigida ao campo de estudo da tecnologia da informação; 4. Na sua percepção, como a inteligência artificial (IA) impactará à sua atuação profissional? Marque quantas opções considerar adequadas-indagação dirigida ao campo de estudo da publicidade/comunicação social nas suas habilitações; 5. Na sua percepção, como a inteligência artificial (IA) impactará à sua atuação profissional? Marque quantas opções considerar adequadas- in-

dagação dirigida ao campo de estudo da tecnologia da informação; 6. Em sua opinião, a inteligência artificial está alterando os modos de atuação, comunicação e relacionamento com o mercado de trabalho?-indagação dirigida ao campo de estudo da publicidade/comunicação social nas suas habilitações; 7. Em sua opinião, a inteligência artificial está alterando os modos de atuação, comunicação e relacionamento com o mercado de trabalho?- indagação dirigida ao campo de estudo da tecnologia da informação; 8. Em sua formação da área de estudos, você já teve contato com conteúdo sobre inteligência artificial?- indagação dirigida ao campo de estudo da publicidade/comunicação social nas suas habilitações; 9. Em sua formação da área de estudos, você já teve contato com conteúdo sobre inteligência artificial?- indagação dirigida ao campo de estudo da tecnologia da informação.

4. Resultados e discussão

As áreas de estudo no escopo de tecnologia da informação, publicidade e comunicação social nas suas habilitações foi o ponto de partida para a elaboração da pesquisa a partir da reflexão no sentido de perceber o olhar de profissionais desses setores de estudo com relação à inclusão da inteligência artificial nos seus contextos de existência.

Sob esta ótica, elaborou-se indagações que seriam direcionadas à profissionais que estão estudando nos campos de estudo em questão. A ideia seria perceber como tais especialistas notam a presença da inteligência artificial nas suas habilitações, o impacto dela e, ao mesmo tempo, o movimento dessa inteligência com o mercado de trabalho nas áreas pesquisadas.

Somado a isso, a relação entre publicidade, comunicação social, tecnologia da informação e inteligência artificial é de integração marcante e transformação contínua. A tecnologia da informação e a inteligência artificial funcionam como pilares que redefinem a forma como as mensagens são criadas, segmentadas, entregues e medidas, resultando em estratégias mais eficientes, personalizadas e orientadas por dados e movimentando conjuntamente estudantes, profissionais, campo de trabalho e público.

A sinergia e a transformação desses setores de estudo investigados apontam para um relação coexistente constante de modo colaborativo e renovado quando redefine práticas, revê possibilidades de uso e atuação e quando se descortinam mais possibilidades de uso e atuação.

Isto posto, foram pensadas questões interessadas em descobrir como os entrevistados consideram essa simbiose.

Na pergunta de número 1 foi indagado em que curso o respondente está atualmente estudando ou já havia cursado?

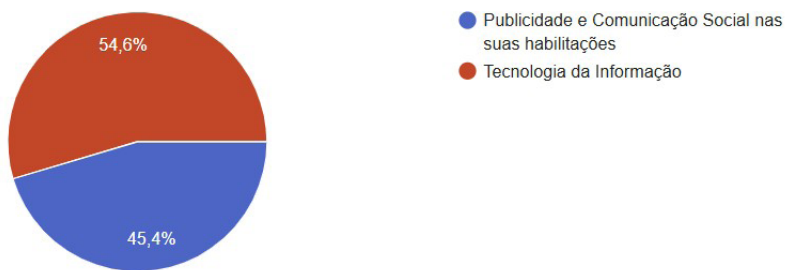


Gráfico 1. Campo de estudo Publicidade X Tecnologia da Informação
Fonte: Os autores, 2025.

Como resposta, obteve-se que a maioria dos respondentes estão cursando ou já tinham cursado alguma formação na área de tecnologia da informação, no qual o campo de estudo se envolve diariamente com a inteligência artificial há muitas décadas.

Na questão número 2, o interesse foi em saber se o entrevistado desenvolve atividades profissionais diretamente relacionadas com a sua área de formação, ou seja, o campo da publicidade e comunicação social nas suas habilitações?

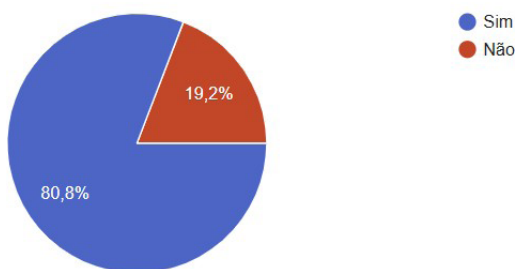


Gráfico 2. Publicidade e comunicação social nas suas habilitações X atuação
Fonte: Os autores, 2025.

Como resultado, obteve-se que de todos os respondentes da área de estudo citado, 80,8% já atuam diretamente na sua formação contra 19,2% que não concretizaram a atuação na área profissional. Esse resultado importa, e é bastante positivo quando há a possibilidade de conhecer se esse volume de especialista na profissão já se envolve de algum modo com a inteligência artificial diante da comunicação praticada no mercado de trabalho. Importa pensar que apesar desse número de profissionais respondentes (19,2%) não estarem atuando na sua área de formação, não quer dizer que não se comunicam de alguma maneira com a inteligência artificial.

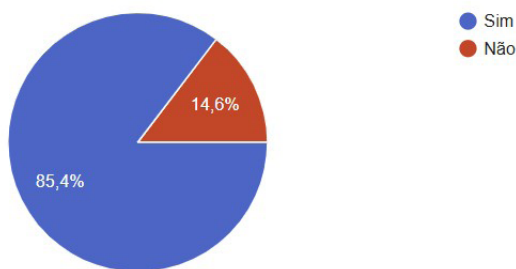


Gráfico 3. Tecnologia da informação nas suas habilitações X atuação
Fonte: Os autores, 2025.

A indagação de número 3 igualmente questionada na questão de número 2, foi dirigida igualmente ao público de tecnologia da informação. O que se obteve de resultado foi que dos respondentes 85,4% já desenvolvem atividades diretamente ligadas à área de formação contra 14,6% que ainda não atuam no setor de formação. O que se vê dessa análise é que há mais profissionais da tecnologia da informação atuando nos seus campos de formação do que os setores de publicidade e comunicação social.

Isto posto, percebe-se que como a inteligência artificial é ferramenta presente no setor de tecnologia da informação, muito provavelmente todos esses especialistas atuantes bem como os não atuantes devem de alguma maneira lidar com essa inteligência e a ela de algum modo permear a comunicação dos profissionais com o mercado de trabalho.

Na questão de número 4, questionada aos respondentes da área de publicidade e comunicação social nas suas habilitações, como se percebe o impacto da inteligência artificial profissão? Foi possibilitada marcar mais de uma das assertivas da indagação.

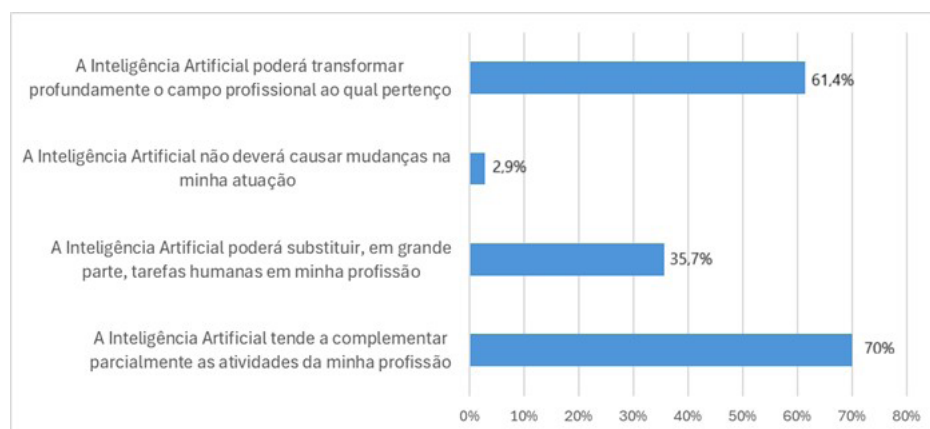


Gráfico 4. Publicidade e comunicação social nas suas habilitações X impacto da IA na atuação
Fonte: Os autores, 2025.

Dos respondentes, conseguiu-se ter a percepção de que a inteligência artificial tende a existir no dia a dia da atuação profissional de forma a complementar o trabalho apontado em 70% que assinalou a assertiva número 1. Ainda nesse retorno, 35,7% também marcaram a alternativa de número 2, considerando que a inteligência artificial poderá substituir em algum momento grande parte das tarefas humanas. Somente 2%, consideraram que a inteligência artificial não causaria mudanças na atuação profissional. O que mais parece uma ilusão, contudo, foi assim respondido. E, ainda nessa na pergunta de número 4, foi apontado que a inteligência artificial poderá transformar profundamente o campo de atuação apresentado pela marcação que representou 61,4%.

Na questão número 5, dirigida ao público de tecnologia da informação, foi indagado mesmo teor da pergunta número 4, a fim de perceber, como a outra área de atuação se movimentaria a partir dos mesmo questionamentos.

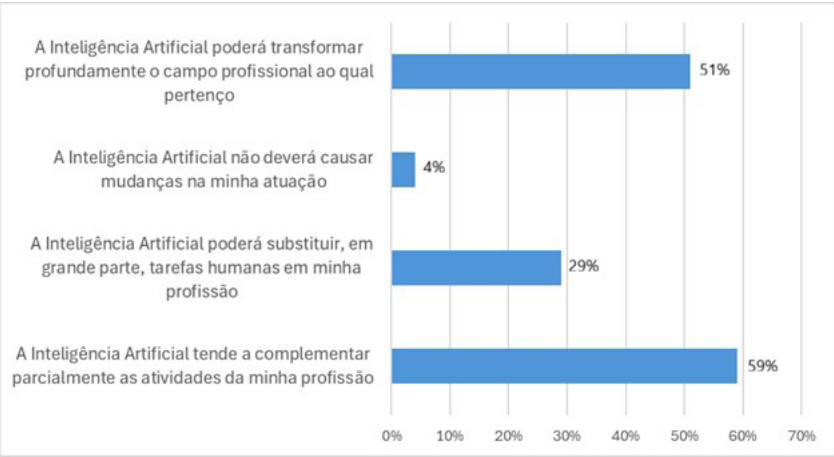


Gráfico 5. Tecnologia da Informação X impacto da IA na atuação
Fonte: Os autores, 2025.

O que se obteve de resultado foram os profissionais do setor de tecnologia da informação, entenderam que a inteligência artificial complementar parcialmente as atividades diárias na prática de atuação bem como poderá substituir em grande parte as tarefas humanas, respectivamente, sendo representadas as respostas por 73,8% e 36,3%.

A curiosidade de modo respectivo ficou por conta das alternativas, onde a inteligência artificial causaria mudanças na atuação e se poderia transformar profundamente o campo de trabalho. Os profissionais, destoaram dos publicitários e dos habilitados em comunicação social, marcando de maneira mais acentuada para cima essas alternativas, o que representou sequencialmente 5% e 63,7%, ou seja, na assertiva número 3 houve 2,1% a mais de confirmações assim como na assertiva de número 4 que houve 2,3% a mais, entendendo que a inteligência artificial deverá sim causar mudanças e poderá transformar o campo de

atuação, mas percebendo que não tão energicamente como os publicitários e habilitados em comunicação social responderam.

Avançando à pergunta de número 6, foi questionado aos profissionais do setor de publicidade e das habilitações na comunicação social sobre o que eles pensavam sobre a inteligência artificial estar de algum modo alterando os modos de atuação, comunicação e relacionamento com o seu mercado de trabalho em particular.

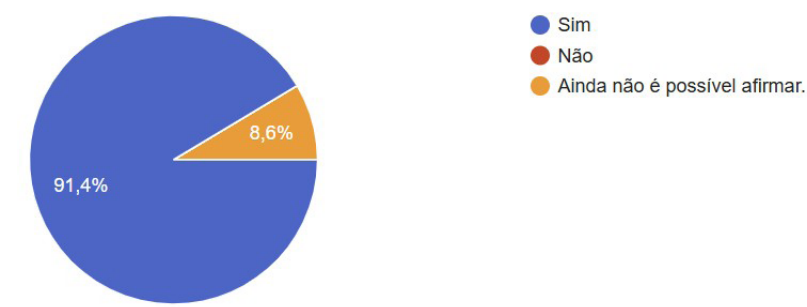


Gráfico 6. Publicidade e comunicação social nas habilitações X IA e mudanças de atuação, comunicação e relacionamento com o mercado de trabalho
Fonte: Os autores, 2025.

Existia nessa assertiva, três possibilidades para os respondetes, sendo elas: sim, não e ainda não é possível afirmar. E a percepção quase unânime de 91,4%, percebida pelos publicitários e habilitados na comunicação social foi de que ‘sim’, a inteligência artificial está alterando os seus modos de atuação, a comunicação e o relacionamento com mercado de trabalho contra 8,6% com a resposta ‘ainda não sabiam afirmar”. Contudo, ninguém respondeu ‘não’, o que levou os autores da pesquisa a pensar entender que a inteligência artificial é um movimento provocador de mudanças na comunicação na perspectiva da prática da atuação.

Da mesma maneira, na questão 7, foi indagado o mesmo teor de conteúdo aos profissionais de tecnologia da informação.

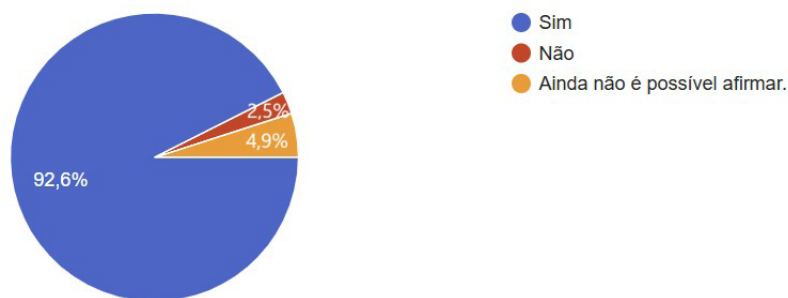


Gráfico 7. Tecnologia da informação X IA e mudanças de atuação, comunicação e relacionamento com o mercado de trabalho
Fonte: Os autores, 2025.

Mais uma vez, os profissionais de tecnologia da informação foram divergentes em suas respostas, afirmando que 'sim', 92,6% (maior porcentagem que os publicitários e habilitados em comunicação social) entenderam que a inteligência artificial alterará os seus modos de atuação, a comunicação e o relacionamento com o mercado de trabalho, contra 7,4% das respostas que foram respectivamente apontadas para 'ainda não é possível afirmar' e 'não'.

O que se vê dessas porcentagens é que ainda que os respondentes sejam profissionais do ramo da tecnologia da informação e, com regularidade se deparam com a inteligência artificial, os mesmos ainda têm dúvida quanto à sua intervenção diária.

E enfim, os autores também tiveram interesse em saber se os profissionais de publicidade e da comunicação social nas suas habilitações bem como os da tecnologia da informação já obtiveram contato com conteúdos sobre inteligência artificial. E assim foram as questões de números 8 e 9, respectivamente.

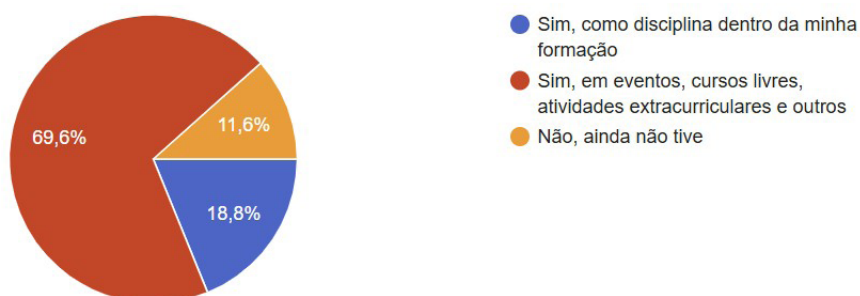


Gráfico 8. Publicidade e comunicação social nas habilitações X formação/conteúdo sobre inteligência artificial
Fonte: Os autores, 2025.

Dos respondentes de publicidade e comunicação social nas habilitações, 18,8% disseram que 'sim' tiveram contato com conteúdo sobre a inteligência artificial já dentro da sua formação. Somado à essa percepção, 69,6%, responderam 'sim', contudo, em o contato

foi em eventos, cursos livres, atividades extracurriculares e outros. Essas informações provocam reflexões quando há que se pensar, só tiveram contato com inteligência artificial quem recentemente fez sua formação?, afinal, inteligência artificial não é de agora. Ou, somente nos dias hoje, quando há o estouro alarmante das práticas de inteligência artificial fez com que as formações se movessem para essa necessidade? Ainda como resposta, 11,6% apontou para a resposta “não, ainda não tive”, revelando que ainda há profissionais que não se encontraram com a inteligência artificial na sua formação.

Mais uma vez, as respostas da questão de número 9, mostra as diferenças entre a percepção dos profissionais da tecnologia da informação com relação aos profissionais de publicidade e os de comunicação social nas suas habilitações.

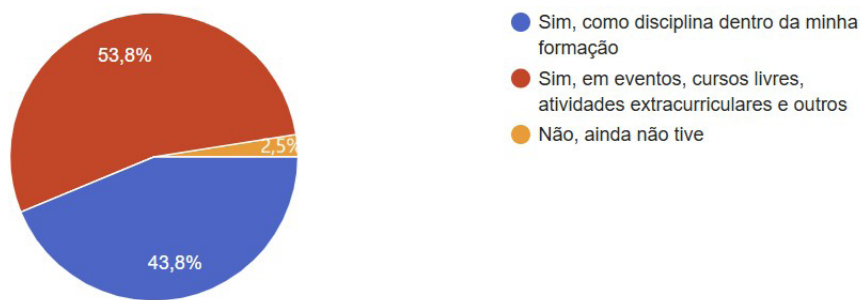


Gráfico 9. Tecnologia da informação X formação/conteúdo sobre inteligência artificial
Fonte: Os autores, 2025.

Quem sabe, por motivos óbvios, a tecnologia da informação respondeu 25% a mais, afirmando que aprendeu conteúdo sobre inteligência artificial ainda na formação, totalizando 43,8%. Enquanto que somado a isso (53,8%), esses profissionais também tiveram contato com a inteligência artificial em eventos, cursos livres, atividades extracurriculares e outros, e, 2,4% afirmaram ainda não ter tido contato com conteúdo sobre inteligência artificial na sua formação, talvez, porque tenham se formado em décadas anteriores à essa expansão midiática da inteligência artificial, mas que não deixaram de conhecer porque afinal são profissionais de tecnologia da informação e estão existindo nesse momento enquanto profissionais. Dedução dos autores.

Conclusões

A inteligência artificial é um campo que está sendo pesquisado e aprimorado em grande escala nos últimos anos, além das áreas citadas ao longo do artigo, a IA faz parte de muitos outros segmentos de estudo.

São grandes as inovações no mundo tecnológico aplicadas em áreas que não se achava possível sua utilização, por exemplo, na publicidade e, inclusive, na tecnologia da informação uma vez esses setores demandam muito pensamento criativo dos profissionais enquanto humanos agentes principais da prática de atuação.

Por conseguinte, o objetivo de perceber se os alunos notaram se haveria interferência no modelo de comunicação após a chegada da IA para interagirem com o mercado de trabalho foi percebido com nitidez.

O problema da pesquisa foi norteador do estudo e se revelou cabal. A IA é de fato uma inteligência transformadora nos modelos comunicacionais, de estudo e de trabalho nas áreas de publicidade e tecnologia da informação.

Assim sendo, com relação à primeira hipótese, os investigados tanto na área de publicidade e de tecnologia da informação na sua grande maioria responderam que atuavam diretamente na sua área de estudo, configurando-a positiva.

Para a segunda hipótese, os dois campos de estudo percebem que de algum modo a inteligência artificial impacta a atuação diária. Somado a isso, a terceira hipótese foi confirmada quando os respondentes afirmaram em suas respostas afirmando que a comunicação com o mercado de trabalho tem sido impactada com a chegada da IA.

E, por último, na hipótese de número 4, foi constatado que os entrevistados tiveram contato com a inteligência artificial em algum momento da formação e também fora dela em eventos diversos. Finalmente, os pesquisadores entenderam que não somente as duas áreas de estudo pesquisadas, mas também todos os outros setores de atuação sofrerão impacto com o advento da inteligência artificial. Também foi verificado que os modelos de comunicação estão se movimentando a partir da chegada ávida da IA na vida dos profissionais. Para, além disso, e do mesmo modo, percebeu-se que os profissionais precisam estudar e conhecer sobre IA, afinal, é um caminho sem volta, alternativas marcadas nas respostas pelos entrevistados. E, a certeza se deu no quesito, a IA permeará as atividades diárias dos setores investigados.

Finalmente, os autores dessa pesquisa propõem o debate a fim de instigar mais pesquisas com o intuito de apontar compreensões mais avançadas sobre como esses campos

de estudo analisados e outros setores vão se perceber com o futuro repleto de inteligência artificial.

Referências bibliográficas

Lakatos, E. M. (2011). *Metodologia científica*. (6ª ed.). Atlas.

Medeiros, J. B. (2009). *Redação científica: a prática de fichamentos, resumos, resenhas*. (11ª. ed.). Atlas.

Mollick, E. (2025). *Cointeligência: a vida e o trabalho com IA*. (1ª. ed.). Intrínseca.

Rodrigues, A. D. (2016). *Atividade comunicacional em ambientes mediáticos*. Intermeios.

Russel, S.; Norvig, P. (2004). *Inteligência Artificial*. (2ª. ed.). Campos.

O entretenimento como dispositivo histórico: dos jornalismo ao tecnoentretenimento

Maurício da Silva Duarte

Universidade Salgado de Oliveira • Escola Judiciária Eleitoral do Rio de Janeiro

dmausage@gmail.com

Resumo: O presente artigo analisa a relação histórica entre entretenimento e jornalismo, propondo o conceito de “dispositivo entretenimento” e “valor-entretenimento” para compreender a função do entretenimento como operador editorial na imprensa profissional contemporânea nos meios tradicionais e também como operador algorítmico nas plataformas digitais, sendo que a desinformação é o produto mais extremo da versão digital do entretenimento, o tecnoentretenimento. Argumenta-se que a crise contemporânea do jornalismo exige uma reavaliação da fronteira entre o “fazer saber” (informação) e o “fazer sentir” (persuasão usada para atrair atenção pública e vender), historicamente presentes no jornalismo de sensações e no “fluxo do sensacional”, em geral. A desinformação ou fake news é então definida esteticamente como uma performance de propaganda política negativa que, portanto, “faz sentir”, enquanto finge “fazer saber”. Para isso, mimetiza a gramática do entretenimento, já amplamente utilizada no jornalismo tradicional. A desinformação vale-se principalmente do tecnoentretenimento para viralizar as propagandas negativas de pessoas e instituições. Conclui-se que o enfrentamento à desinformação requer que o jornalismo assuma e utilize o potencial persuasivo do entretenimento, adotando o referencial da “recusa ética” (de evitar atentar contra direitos e a democracia) para distinguir o sensacionalismo do uso das sensações nos relatos noticiosos veiculados nos meios tradicionais e digitais.

Palavras-chave: Jornalismo; Entretenimento; Análise do Discurso; Desinformação.

Introdução

Este trabalho apresenta um resumo da pesquisa de pós-doutorado¹ que analisa a longa e complexa ampliação da presença do entretenimento nos relatos noticiosos do jornalismo brasileiro. O objetivo é examinar os processos que moldam o jornalismo do século XXI, marcado por crises e pela quebra de valores históricos que constituíam seu capital político, econômico, cultural e simbólico — especialmente a pretensão de neutralidade e o ideal de objetividade. Desde o século XIX, esse ideal produziu disputas em torno da encenação de uma verdade presumida do acontecimento.

Há, entretanto, outra gramática do jornalismo, estruturada pelas sensações, pelo apelo emocional e pela busca de ampliação do público. Nesse sentido, o valor-entretenimento é apresentado como conceito-chave para compreender os processos jornalísticos de hibridismo entre informação e entretenimento, dos seus primórdios até os tempos de pla-

¹ Pesquisa realizada sob a supervisão da Prof.^a Dr.^a Marialva Carlos Barbosa, que resultou na obra: Barbosa; Duarte (2025), ainda inédita.

taformas digitais e fake news. Quando atacava a imprensa que divulgava os escândalos em que ele estava envolvido, durante a campanha de 2016, Donald Trump acusava-a de produzir *fake news*, acionando justamente esse vocabulário historicamente associado ao “subjornalismo” e ao sensacionalismo.

A questão exige refletir sobre a experiência compartilhada do público, seus hábitos de consumo de notícias e as expectativas dirigidas à imprensa. A presença do entretenimento no noticiário é contínua na história e envolve também persuasão e ficcionalização. No jornalismo contemporâneo, as fronteiras entre informação e entretenimento são cada vez menos nítidas. Analisaremos o processo à luz da “finalidade do contrato de comunicação”, de Charaudeau (2013), como a tensão entre o “fazer saber” (serviço informativo) e o “fazer sentir” (dimensão afetiva e comercial).

Outras referências importantes foram Muniz Sodré (1980), ao discutir sobre como o *fait-divers* havia invadido há tempos o jornalismo supostamente de qualidade e Fairclough (1995a), ao examinar o poder de penetração do visual e das lógicas do marketing e da publicidade na prática jornalística, o que gera o jornalismo híbrido. A pesquisa parte do pressuposto de que fenômenos sociais são ambíguos e produto de relações de disputa; assim, o entretenimento não é necessariamente deletério, podendo tornar a informação mais acessível e envolvente.

O formato das *fake news* ancora-se justamente nesse uso das sensações, funcionando como operador editorial nos jornais e, no ambiente digital, como operador algorítmico. O formato das fake news está diretamente relacionado à exploração das sensações pelo jornalismo (ou sensacional, como denominado em outras abordagens). Em vez de perguntar pela presença ou ausência do entretenimento, importa compreender como textos e narrativas se posicionam frente ao contrato de comunicação, especialmente na tensão entre lógica cívica e lógica comercial, de audiência. Historicamente, o entretenimento compõe o mercado da atenção desde o século XIX e não deve ser visto como desvio sensacionalista, mas como elemento estrutural da prática jornalística.

Por outro lado, é preciso considerar que o uso do entretenimento passa por reconfigurações à medida que ocorrem transformações no mercado da atenção, em especial a partir do emprego de inovações nas tecnologias da comunicação. Ao refletir sobre a diluição da fronteira entre informação e entretenimento no jornalismo contemporâneo, propõe-se que o mercado da atenção não é o único fator que move os jornais na seleção e no enquadramento dos fatos para encenar acontecimentos e causar impacto. Nesse processo, a imprensa administra as emoções e afetos do público, numa gramática que Marialva Barbosa (2007) denominou de “fluxo do sensacional”, ao estudar os jornais populares.

1. Dispositivo histórico de objetividade

Schudson (2010, pp. 107-142) argumenta que, nos Estados Unidos da década de 1890, o “jornalismo como entretenimento” ainda convivia em certo pé de igualdade com o “jornalismo como informação”. O processo de consolidação da objetividade jornalística naquele país teria se iniciado na década de 1830 e estaria completo a partir do final do século XIX. Tal processo poderia ser explicado como a resposta a uma urgência: a crescente pressão política e comercial sobre a imprensa.

A descrição desse processo coincide com os estudos de Wu (2016, pp. 11-18) acerca do nascimento de um novo modelo de negócios do jornalismo, que hoje é conhecido por “mercado da atenção”. Essa história tem início com a estratégia de ampliação do mercado de leitores pela venda de jornais abaixo do custo de produção. O lucro do novo modelo de negócios vai ser sustentado pela revenda em bloco da audiência dos leitores conquistados por esses jornais populares aos publicitários. Em vez do ganho direto com a venda ou assinatura dos jornais, o lucro é garantido pela venda da publicidade nos espaços valorizados pela audiência ampliada desses jornais.

A batalha entre jornais populares e os qualificados como “sérios” (que se orientam pelos parâmetros da objetividade presumida e ideologicamente instaurada) será então movida por esse novo modelo de negócios, que se estenderá a todo o jornalismo. Assim, os jornais populares veem seu modelo de negócios (a venda do bloco de audiência) ser gradualmente reproduzido pela concorrência e passam a se tornar alvo de um processo de desqualificação do seu fazer jornalístico, isto é, da sua gramática.

Responder à urgência de um problema é justamente uma das funções dos “dispositivos de saber-poder” (Foucault, 1988). A nossa hipótese é que a objetividade jornalística se impõe hegemonicamente ao discurso e à prática jornalísticos ao emergir como um “dispositivo”, uma relação de saber-poder que normaliza o pacto da objetividade como “jornalismo profissional” ou “sério”.

Formulado por Foucault, esse conceito de dispositivo traduz o foco analítico da sua *Análise de Discursos*. O pensador francês concentra-se nas “condições de possibilidade do discurso” e sobre as “regras de formação”, que definem a constituição de possíveis objetos, modalidades enunciativas, sujeitos, conceitos e estratégias de um tipo particular de discurso. Isso significa dizer que a objetividade jornalística se insere em uma rede de práticas sociais, discursos, normas e saberes que regulam a produção, circulação e o consumo de notícias.

A premissa é que os discursos são mais que conjuntos de signos que se referem a coisas do mundo ou a ideias sobre essas coisas. Os discursos são também práticas sociais que produzem os objetos de que falam, em vez de somente representarem entidades-chave

(como a opressão ou as lutas de classes). Assim, o discurso não é um mero “substituto” de alguma substância oculta: ele também cria os objetos de que fala. Os discursos ordenam as relações sociais, constituem essas entidades-chave (objetividade jornalística, sensacionalismo, loucura, homossexualidade etc) das relações de diversos modos (criam objetos) e estabelecem identidades, ao posicionarem as pessoas como sujeitos sociais (como citado em Fairclough, 2001).

Em resumo, o dispositivo é essa rede de relações estabelecidas para operação em conjunto de elementos heterogêneos, materiais e imateriais, que se interconectam para produzir efeitos de poder e saber. Essa rede inclui discursos das instituições e suas práticas, os tratados, regulamentos, leis e normas, enunciados científicos, proposições filosóficas, morais, o dito e o não-dito. O dispositivo estabelece ainda a natureza do nexos entre os elementos da rede de relações (como a relação entre objetividade e jornalismo profissional) e são um instrumento para análise de como saber e poder se relacionam para configurar e regular comportamentos, justificar e significar determinadas as práticas sociais emergentes.

Ao longo do tempo, a objetividade, a imparcialidade, a separação entre fatos e opiniões tornaram-se alguns dos princípios, normas e procedimentos operacionais em torno dos quais a rede de relações do jornalismo passou a se estruturar. Tornaram-se então uma forma de controle sobre o que é aceitável de ser publicado nos jornais e sobre o próprio discurso público. Esses mesmos princípios, normas e procedimentos passaram ainda a orientar a identidade e formação profissionais e os saberes especializados na maneira de produzir a notícia, materializados em regras de apuração e redação, manuais, ensino universitário, identidade profissional, entre outras.

2. O Entretenimento como Dispositivo Histórico

Os usos do entretenimento constituem as mercadorias culturais produzidas na economia da atenção e passam por reconfigurações com as transformações do capitalismo. Nesse processo de transformações orientado pelas inovações da tecnologia da comunicação, a notícia, como mercadoria, recebe investimentos na aparência e vendabilidade: criam-se manchetes, destaques, reportagens, trabalha-se e investe-se muito mais na capa, no logotipo, nas chamadas de primeira página².

Esse jornalismo da “era tecnológica” foi, assim, produto de dois processos ocorridos nos anos 1970. O primeiro foi a expansão da indústria da consciência no plano das estratégias de comunicação e persuasão no próprio noticiário e na produção da informação.

² Marcondes Filho, 2000, p. 24.

Comunicados e materiais de imprensa passam a ser fornecidos aos jornais por agentes empresariais e públicos (assessorias de imprensa), que se misturam e se confundem com a informação jornalística (vinda principalmente da reportagem). O segundo processo foi a visibilidade técnica (a qualidade da imagem), que se impõe como modelo estético das mensagens visuais. A informação noticiosa foi descontextualizada e transformada em mercadoria cultural, o que deixaria nítida a penetração do acontecimento sensacional (emocional) na notícia. O produto é a “informação”, mas, para que ele seja um “sucesso de vendas”, é preciso seduzir o consumidor, fazer com que ele sinta também que fez um grande negócio ao consumir a notícia. Na sociedade do espetáculo, o consumo ocupa lugar central na construção das identidades sociais.

O esforço no consumo da notícia reduziu-se ainda mais com a influência dos meios audiovisuais sobre o jornal impresso, isto é, com o aumento da importância visual no jornalismo escrito. O texto leve e agradável, o uso de diagramas, recapitulações, quadros e infografia mostram as transformações no código do jornalismo impresso, ditadas pela competição com os meios audiovisuais e as pressões do mercado consumidor. A encenação, o espetáculo e o *fait-divers* são revalorizados no ambiente de estímulo ao entretenimento. A *news of the day* cede lugar ao “*show of the day*” (Sodré, 1996) e o poder da imagem passa a ditar a hierarquia da comunicação. Em primeiro lugar, uma cena tecnicamente perfeita, depois, um texto, uma narrativa, uma notícia. Além disso, o jornalista torna-se cada vez mais um narrador-opinativo.

Essa narrativa espetacularizada promove outro tipo de empenho profissional. Ao experimentar novas formas de narração e linguagem, o jornalista troca o empenho da verdade pelo da verossimilhança. Tais modificações seriam parte de um contexto mais amplo, de encenação pública da vida privada, em que a narratividade se impõe como tecnologia cognitiva³. A teatralização do texto informativo e a dimensão de espetáculo na prática discursiva jornalística tornam-se uma presença cada vez mais constante na forma da notícia.

Na medida em que ocorre essa expansão da gramática de sensações, as fronteiras entre a alta cultura e a cultura popular passam a se dissolver e o próprio mercado da atenção vai estimular outras vias para a crescente hibridização informação-entretenimento na cultura em geral, penetrando de vez no jornalismo dito “sério”. Certamente, isso não apaga diferenças entre grandes jornais e tabloides, jornal impresso, noticiário no rádio, da tevê, na internet. Entretanto, todos eles passaram a apresentar as notícias de forma dramatizada, teatralizada.

A rígida separação entre objetividade e sensações flexibiliza-se em análises mais recentes, já sob a era da prevalência dos meios audiovisuais. Se a narração da notícia produz

³ Sodré, 1996, p. 147-149.

um conhecimento singular sobre a realidade imediata, trata-se de uma operação em que o jornalismo atua nas duas dimensões: a de prestar um serviço à sociedade (informação) e ser um negócio lucrativo, em que as receitas provêm da venda direta e do mercado da atenção. Essa análise sobre o peso do fator econômico no fazer noticioso passa pela noção de campo, definido como “um espaço social estruturado”, um campo de forças onde há dominantes e dominados, há relações constantes, permanentes, de desigualdade, que se exercem no interior deste espaço. Como se estrutura esse campo jornalístico? Qual o efeito disso para a sociedade?

A tese básica de Traquina (2012, p. 57) retoma a questão do mercado da atenção (sem classificar a questão nesses termos): a mídia vive de audiência, o que lhe garante o pagamento da publicidade. O mercado da atenção alterou até os padrões da crítica. Ser campeão de vendas nos livros e cinema, por exemplo, passou a ser interpretado como critério de qualidade e distinção da obra cultural. Da mesma forma, o espaço publicitário afeta diretamente a produção jornalística e midiática em geral, o que leva à seleção de acontecimentos e abordagens com o horizonte de tornar a notícia agradável e capaz de captar a atenção do público. Noticiar o que é “relevante” tem importância semelhante a lhe dar um tratamento “interessante”.

Por outro lado, o aspecto econômico reforça a concorrência entre as empresas, em especial a busca pelo furo jornalístico⁴, e os custos e a lógica do lucro constroem o trabalho jornalístico. Os recursos orçamentários restringem, por exemplo, a extensão da rede para captar acontecimentos que podem ser selecionados como noticiáveis. Traquina (2008) enxerga aí a razão para o que seria o crescimento do uso abusivo do entretenimento como estratégia de conquista do público. A rigor, o sensacionalismo seria uma consequência possível dos usos do entretenimento, mas sem suprimir a importância da informação. Ambos são constitutivos da notícia. O entretenimento mantém-se por sua capacidade potencial de seduzir o público e elevar a audiência, como no modelo do “sensacionalismo das *penny press*” (Aguiar, 2008)⁵.

Nessas interpretações, a “diversão” da audiência aparece como o fator único ou suficiente para dar origem ao modelo de negócios baseado no mercado da atenção. A análise do contexto brasileiro (Barbosa, 2005) relativiza, em parte, essa visão, ao mostrar que esses elementos narrativos persuasivos interagem com valores e laços sociais secularmente

⁴ As empresas jornalísticas são grandes negócios capitalistas, com o objetivo de acumular capital. A notícia tornou-se um produto à venda no mercado, produto único que se define por, ao mesmo tempo, informação de interesse público e mercadoria. Portanto, um produto que é formatado para ser relevante e “interessante”.

⁵ O autor teoriza ainda sobre a relação entre sensações e interesse dos leitores. O “sensacionalismo” é uma forma de conhecimento que “toma por base as sensações enquanto uma das condições para o entendimento e a reprodução da experiência imediata”. Portanto, “a informação jornalística se expressa em uma lógica das sensações a partir da imediatividade da experiência do leitor” (Aguiar, 2008, p. 24).

presentes no mundo da vida popular. O jornalismo, historicamente, buscou a adesão do público por meio de narrativas que apelam às emoções e às sensações. A adoção da expressão “jornalismo de sensações” afasta o qualificativo pejorativo de “sensacionalismo” e busca reconhecer que as emoções produzem a primeira e mais duradoura aproximação do jornalismo com seu público. Essa abordagem valoriza a experiência cultural dos grupos populares, em contraste com a desconfiança histórica em relação à “cultura do entretenimento”, que a crítica acadêmica associa à superficialidade e alienação.

Distingue-se então duas fases no uso do entretenimento no jornal diário impresso, o da virada do século XIX para o XX (ligada ao jornalismo popular) e o da virada do XX para o XXI, ligada ao infotainment (híbrido informação-entretenimento), presente em todo o jornalismo. Nessa segunda fase, além da valorização das sensações e da prevalência do descritivo sobre o analítico, há características como uso de imagens fotográficas espetaculares, dos infográficos, mapas e do cromatismo. A nova forma noticiosa torna sem sentido a distinção entre jornais sérios e sensacionalistas, porque a dimensão de entretenimento e o recurso à imagem são hoje, em diferentes graus, constitutivos de toda a imprensa (Aguilar, 2008, pp. 23-25).

Um modo singular de utilização das narrativas sensacionais pelo jornalismo dito qualificado (em oposição ao popular) já havia sido captado por Muniz Sodré em 1980, num texto em que ele enfatiza a presença do *fait-divers* no relato noticioso do jornal *O Globo*:

Quando a imprensa dita “de qualidade” nos fala ou nos mostra, em reportagens, os ‘homens de ouro’ da polícia em plena sessão de treinamento de combate (judô, tiro ao alvo etc.), o texto ou as imagens não nos passam pura e neutra informação. Trata-se, antes, de uma operação mítica: a reportagem produz os seus efeitos a partir do fascínio dos crimes que poderão ocorrer e ser combatidos pelos “bravos de ouro”. O real é encenado e, por antecipação, resolvido, como na magia (Sodré, 1980, p. 11).

Nessa análise, há uma clara influência de Barthes (1990), que conceitua *fait-divers* como “um tipo popular de informação que enfoca o anômalo e teratológico do fato, usado para narrar a história em função de um espaço fechado sobre si mesmo, intemporal, voltado para a essencialidade de um Destino”. Portanto, uma categoria que explicita a dimensão interpretativa a-histórica, ficcional e folhetinesca dos fatos, operada pelos jornais populares⁶. A percepção de Sodré vai além, ao teorizar que o entretenimento ultrapassava o puro e simples uso do *fait-divers* pelos jornais populares.

⁶ Numa obra mais recente, Sodré (2009, p. 78) vê o *fait-divers* como “uma potência elevada da narratividade existente de modo germinal na notícia comum, o que equivale a dizer, com maior potencial de aguçamento da percepção do leitor”.

Para ele (1980, p. 11), o entretenimento havia se constituído como uma “grade sistemática de elaboração da notícia”, presente tanto na imprensa “de qualidade” como na “popular”. Desde já, o entretenimento havia transformado de forma significativa a estrutura da notícia. Em todos os jornais impressos, a ficcionalização do fato (e da vida cotidiana) passara a ser oferecida como mercadoria. O fundamental dessa “gramática” da notícia (o novo modo como ela passou a ser construída) situa-se no nível da performance, da encenação, da pretensão de influenciar a percepção do público ou criar uma narrativa impactante.

A encenação da polêmica ocorre ainda a partir de um ponto de vista avaliativo. Para além do uso de *fait-divers*, há a apresentação de um “problema” ou uma “tese”⁷ defendida pelo jornal (os “homens de ouro” são uma elite e vão conter a criminalidade), que são encenados pelo uso desses elementos persuasivos. Há a administração da visibilidade dos fatos de um acontecimento, de como e por que vão ser expostos ao público. Essa administração pode ocorrer de forma calculada, para a simples manipulação, ou de forma ideológica, para confirmar uma “tese” pré-construída. Trata-se de uma forma de exercício discursivo do poder.

Iniciada no século XIX e adensada a partir do início do século XX também no Brasil, a fratura entre informação e entretenimento foi revertida por uma dissipação contínua da fronteira entre os dois elementos e a emergência do híbrido informação-entretenimento. O elemento persuasivo mais fundamental está na ficcionalização de visões específicas sobre uma questão, nos enquadramentos⁸ realizados em jogos editoriais e narrativas visuais. Esse uso do entretenimento é um operador editorial da administração da visibilidade dos acontecimentos e do debate público pelos jornais.

O uso do termo “operador” quer marcar que o entretenimento é mais que um recurso retórico-estilístico para atrair leitores, ouvintes e telespectadores dos jornais. Trata-se de uma lógica estruturante da produção jornalística, para além do uso apenas técnico (valor-notícia, por exemplo). Como operador editorial, o entretenimento atua no jornalismo orientando decisões sobre pauta, enquadramento e linguagem.

Podemos dizer que as estratégias discursivas da instituição jornalismo profissional contemporâneo envolvem o uso do entretenimento e estabelecem uma rede de saberes que afeta a forma como as notícias são produzidas, circulam, são consumidas e interpretadas. O entretenimento no jornalismo (e depois nas redes sociais) está intimamente ligado a

⁷ Empregamos “tese” aqui no sentido do senso comum, de um ponto de vista ou visão específica sobre as relações causais para a ocorrência de um fato ou acontecimento.

⁸ A referência aqui é ao enquadramento operado editorialmente a partir do entretenimento como estratégia de comunicação. O enquadramento, porém, é próprio da narrativa midiática, como teoriza Sodré (2009, p. 38): “(...) a midiatização é hoje o processo central de visibilização e produção dos fatos sociais na esfera pública. Por isso, o enquadramento midiático é a operação principal pela qual se seleciona, enfatiza e apresenta (logo, se constrói) o acontecimento”.

mudanças estruturais ocorridas nos processos de captura da atenção do público, da construção de audiências e da manutenção de um sistema econômico baseado na “economia da atenção”.

O crescente foco no entretenimento levou à institucionalização da “notícia sensacional”, primeiro nos jornais populares, depois no jornalismo dito “de qualidade”. Como um tipo de espetáculo, a notícia sensacional tem como objetivo atrair e manter a audiência. Isso implica o “saber” jornalístico sendo moldado por considerações estéticas e comerciais, em vez de apenas éticas ou informativas. Como manifestação da emergência do dispositivo de entretenimento, o uso do híbrido informação-entretenimento deixou de ser um recurso periférico para chamar atenção e se tornou uma lógica que estrutura a forma como a informação é produzida, selecionada e apresentada pelo jornalismo (que chamaremos de “valor-entretenimento”).

Pode-se fazer uma analogia como a emergência do dispositivo da sexualidade. Ao descrevê-lo, Foucault (1988)⁹ o define como a rede da superfície em que a estimulação dos corpos, a intensificação dos prazeres, a incitação ao discurso, a formação dos conhecimentos, o reforço dos controles e das resistências encadeiam-se uns aos outros, segundo algumas grandes estratégias de saber e de poder. Nessa reflexão, o dispositivo da sexualidade desdobra-se em “conjuntos estratégicos” (histerização do corpo da mulher, pedagogização do sexo da criança etc.). Tais recortes desenvolveriam dispositivos específicos de saber-poder a respeito do sexo, que deram origem a objetos privilegiados de saber (mulher histérica, criança masturbadora etc.) e nomearam práticas sociais (como a homossexualidade, o onanismo etc.).

Produtiva e discursivamente, o poder então constitui, molda e forma identidades, em vez de simplesmente reprimir individualidades ou naturezas já previamente constituídas. O dispositivo é um circuito amplo, em que o sujeito ou a instituição constrói o problema (ao selecionar, fazer o recorte e o enquadramento do objeto), produzindo o objeto do qual se fala, além dos saberes sobre as causas e a normalização dos seus efeitos.

Assim como o dispositivo da sexualidade envolve normas que regulam certos comportamentos (como o que é considerado “normal” ou “desviante” no campo da sexualidade), o uso do híbrido informação-entretenimento no jornalismo também impõe normas sobre quais acontecimentos vão ser selecionados para divulgação e como as notícias devem ser produzidas. O conjunto formado pelos critérios e técnicas jornalísticas e o uso estratégico do pacto da objetividade dão legitimidade à autoridade do jornalismo, ao ocultar a mediação que os jornalistas fazem do debate público, sob a aparência de neutralidade,

⁹ A nossa leitura é influenciada por Castro, 2016, pp. 398-402.

de que eles são meros intermediários entre os fatos e o público. Assim, o próprio discurso jornalístico determina as fronteiras entre o que é considerado “informação legítima” e o que é considerado “sensacionalismo”.

3. O Valor-Entretenimento

O entretenimento no jornalismo pode ser visto como o exercício de uma forma de poder para regular a produção das notícias e moldar as preferências e o comportamento do público. A economia da atenção é a dinâmica central desse processo. O uso do híbrido informação-entretenimento faz parte, portanto, das estratégias do jornalismo para captar e manter a atenção pública, configurando um novo dispositivo de poder-saber que atua na regulação da produção, circulação e consumo de notícias, além do controle da agenda pública. É a imprensa que seleciona, tipifica, hierarquiza, descontextualiza e recontextualiza as informações relatadas sem reconhecer que esse é um processo contaminado por valores dos atores sociais nele envolvidos. O entretenimento nos jornais é um operador da lógica editorial (da mesma forma que, nas redes, ele é o operador da lógica algorítmica). Em ambos os casos, o entretenimento não é apenas um meio para captar atenção, mas um princípio organizador que condiciona a forma, o conteúdo e a performatividade das mensagens. Assim, é preciso entender a forma singular como a performance é estimulada na informação publicada nos jornais ditos “sérios”, que “espetacularizam” parte das notícias, dando a elas, muitas vezes, carga de emoção desproporcional.

É o que podemos ver nessa manchete publicada em 19 de agosto de 2024, pela *Folha de São Paulo*: “Contra vazamentos e roubo de dados, agência do governo quer banir WhatsApp”¹⁰. O título induz à interpretação de que a ideia é banir a rede social de todo o território nacional, mas a leitura do corpo do texto noticioso mostra que se trata de uma medida de segurança da informação aplicada exclusivamente às repartições públicas federais. O título é, portanto, claramente alarmista, sensacional, e tem por finalidade causar impacto (fazer sentir), em vez de informar simplesmente.

É ingênuo imaginar que se trata de “má edição” ou “erro”. Na verdade, o jornal “encena” nas manobras editoriais um escândalo para impactar, em vez de informar. O que está relatado na manchete, o desejo de banir a rede social, não é exatamente mentira. Também não é toda a verdade. É uma manobra editorial que deixa ao leitor a responsabilidade de completar o sentido, ao compreender que esse banimento não seria para todo o território nacional, como insinuado na notícia.

¹⁰ https://www1.folha.uol.com.br/colunas/painelsa/2024/08/contra-vazamentos-e-roubo-de-dados-agencia-do-governo-quer-banir-whatsapp.shtml?utm_source=twitter&utm_medium=social&utm_campaign=twfolha

Pensar a presença ampla e sem fronteiras do entretenimento na imprensa deve então concentrar o foco sobre a exploração do sensível nas diversas formas da notícia e reconhecer que o seu manejo e administração se tornou uma tecnologia discursiva usada para potencializar a notícia na economia da atenção e influenciar a maneira como as informações passam a ser produzidas, circuladas e consumidas. É, assim, uma forma de manifestação do dispositivo entretenimento na disputa do poder de moldar a agenda pública e as identidades discursivamente construídas. Propomos tratar de “valor-entretenimento” a essa forma de manifestação da “tecnologia discursiva”, que se vale dos elementos híbridos da informação e dos persuasivos do sensacional como estratégia para, por meio da encenação, capturar a atenção pública. O importante a destacar é o fato de ela ser usada para aumentar o impacto e engajamento também da notícia pretensamente “séria” e “objetiva”, num processo que regula o que é visível e o que deve permanecer invisível no debate público.

A emergência do dispositivo de entretenimento surge da adaptação às demandas da sociedade de consumo e às transformações tecnológicas da comunicação. O conceito de valor-entretenimento descreve determinado uso do híbrido informação-entretenimento nos jornais ditos “de qualidade” como um operador editorial. Trata-se de uma tecnologia discursiva que se vale dos elementos persuasivos e sensíveis para capturar a atenção pública. O valor-entretenimento se manifesta em práticas editoriais como:

- Edição e Recorte: Seleção e hierarquização de informações para causar impacto e engajamento emocional.
- Enquadramento: A construção de uma narrativa coerente que administra a visibilidade do acontecimento.
- Gramática de Encenação: Uso de manchetes alarmistas e recursos visuais para expressar o juízo avaliativo do jornal sobre o acontecimento, moldando a agenda do debate público.

A análise de diversos exemplos de duas décadas na imprensa tradicional brasileira¹¹ demonstra que o valor-entretenimento pode ser usado tanto para reafirmar preconceitos (uso ideologicamente preconceituoso) quanto para estimular o debate crítico (uso ideologicamente crítico), o que aponta para a ambiguidade do fenômeno. Destacamos então dois exemplos para análise que ilustram essa ambiguidade. Seguindo os passos da Análise do Discurso Textualmente Orientada (ADTO), a partir de Fairclough (1995), é preciso diferenciar aspectos ideológicos e persuasivos do discurso.

¹¹ Ver Duarte (2003) e Barbosa, & Duarte (2025).

Em geral, os elementos ideológicos são mais implícitos do que explícitos nos textos. São representações cristalizadas nas formas de usar a linguagem (que estão naturalizadas e integradas ao senso comum para repórteres, audiências e fontes). A coerência de um texto depende das pressuposições e desse senso comum ou elementos assumidos como dados (Fairclough, 1995a, p. 45). Elementos ideológicos e persuasivos são aspectos políticos do discurso, que problematizam a ideia de que os meios de comunicação apenas transmitem informação de maneira neutra e imparcial.

Documentários ou notícias, por exemplo, adotam pontos de vista particulares e usam conscientemente elementos persuasivos para seduzir a audiência a ver as coisas do mesmo ângulo, para obter consentimento sobre essas ideias veiculadas. As ideologias, ao contrário, não são calculadamente “adotadas”. Elas são tomadas como “dadas” na relação entre repórter, fontes e audiência. Observemos os exemplos¹².



Figura 1.

Fonte: Captura de tela - Folha de São Paulo, 12 de março de 2017¹³

Nessa notícia publicada pela Folha de São Paulo, há uma proposta de perfil do então ministro do Tribunal Superior Eleitoral, Herman Benjamin. A divulgação do perfil, porém, encena o futuro posicionamento do ministro no julgamento do Colegiado do Tribunal Superior

¹² Esse e os demais exemplos foram selecionados das diversas reportagens analisadas em Barbosa & Duarte (2025). Análises similares podem ser também encontradas em Duarte (2003 e 2005).

¹³ <https://t.co/4mUKO9iWLj>

Eleitoral, a partir de suposições sobre a personalidade dele. O elemento persuasivo aqui gira em torno do uso da palavra “homossexual” como chave-explicativa da expectativa de comportamento do ministro no julgamento (além do fato de ele ser “rigoroso”).

Corregedor-geral eleitoral, o ministro era o então relator do processo por abuso de poder que poderia cassar a chapa presidencial Dilma-Temer, eleita em 2014. Essa cassação representaria a perda do mandato eletivo do então presidente da República Michel Temer (MDB), alçado ao cargo após o impeachment de Dilma Rousseff. Na condição de relator do processo, cabia a Benjamin relatar o processo e proferir o voto inicial, a ser seguido ou rejeitado pelos demais membros do Colegiado de sete magistrados.

É necessário dizer que o jornal refez a manchete, retirando a menção à sexualidade do magistrado. Isso ocorreu em função da reação do público, revelando um descompasso com a imagem prefigurada que o emissor (FSP) tinha do destinatário do enunciado, o leitor, configurando uma ameaça ao vínculo entre eles. A partir da teoria da enunciação, Eliseo Verón chama esse vínculo de “contrato de leitura”, para afirmar que a identidade singular dos jornais é construída nessa interação com o leitor. De modo geral, a teoria da enunciação propõe que enunciadores, destinatários (também chamados coenunciadores) e o contexto são constitutivos do discurso. No contexto, entrelaçam-se as dimensões existenciais, institucionais e situacionais constitutivas do discurso. O mecanismo pelo qual essa relação é posta em prática é denominado “Contrato de Leitura” (Verón, 1984, p. 117-125). Para que a comunicação se realize satisfatoriamente, os veículos devem “articular corretamente as expectativas, as motivações, os interesses aos conteúdos do imaginário do alvo visado”, preservando o vínculo entre eles.

Dentro de um jornal, cada autor (repórter, fotógrafo, diagramador, editor) está sujeito a regras que visam a reunir diferentes visões em uma personalidade única, identificável com o público-alvo da publicação. Pelo contrato de leitura, o jornal é constituído como um sujeito semiótico, dotado de uma imagem reconhecida por seus leitores:

O sujeito semiótico não é o simples objeto ou uma simples empresa, mas é uma organização capaz de formar, através do seu discurso, uma imagem definida do sujeito legitimado a representar certas posições e a construir o seu estilo de interpretar os fatos, a sua própria personalidade, através de manuais de regras que regem editores, jornalistas e repórteres. Isso faz com que o jornal crie com os leitores um vínculo sentimental (Castro, 1996, p. 80).

A questão importante é a relação estabelecida entre o suporte e o leitor. É pelas modalidades do dizer que um discurso constrói uma certa imagem de quem fala (o enunciador), uma certa imagem deste para quem se fala (destinatário). Por conseguinte, também o vínculo entre esses lugares (o contrato de leitura). Assim, ao construir a imagem do destinatário, o emissor determina para si mesmo um lugar no discurso.

Vamos então nos ater à primeira aparição do enunciado do título (“Rigoroso e homossexual, Herman Benjamin quer fazer história”), com o pressuposto de que o jornal esperava cumplicidade do leitor. Todas as formas de sociabilidade, comunidade e solidariedade dependem de significados que são compartilhados e podem ser tomados como dados¹⁴. Assim, os receptores devem recuperar significados implícitos quase sempre com base no senso comum (os significados “tomados como dados”).

Pode-se distinguir dois tipos de implícitos: as pressuposições (implícitos recuperados de forma imanente, a partir do enunciado, sem mobilizar recursos contextuais) e os subentendidos (implícitos de enunciação, que dependem do contexto e são modos indiretos de falar — como insinuações, que nem sempre são recuperados por qualquer receptor). A recuperação das pressuposições depende de inferências realizadas a partir de marcas formais presentes na superfície do texto. Um exemplo de pressuposição, recuperada apenas no enunciado, é a expressão verbal “podem levar”, presente subtítulo da matéria: “Ministro julga contas de campanha que podem levar à cassação da chapa PT-PMDB”. Ela é usada para insinuar que a chapa está ameaçada de cassação, o que a simples leitura da frase deixa claro. Porém, veremos, a trama enunciativa composta por foto, título e subtítulo transforma a insinuação em uma “previsão”, devido aos subentendidos.

Para análise desses subentendidos, é preciso lançar mão de recursos como as máximas conversacionais de Grice ou as regras de polidez, entre outras, usadas na interpretação dos modos indiretos de falar (insinuações, alusões, tropos, lacunas narrativas e atos de fala indiretos). Os princípios das máximas de Grice são de que os interlocutores não estão mentindo (no sentido de usar as palavras no sentido figurado), são sinceros e não estão representando ou jogando algum tipo de jogo¹⁵. Qualquer violação flagrante dessas máximas leva o leitor a procurar por subentendidos. Já as regras de polidez regulam o convívio social, quando as pessoas usam a reciprocidade de respeito no tratamento interpessoal.

Analise-se então o conjunto título-subtítulo: “Rigoroso e homossexual, Herman Benjamin quer fazer história - Ministro julga contas de campanha que podem levar à cassação da chapa PT-PMDB”. Pelas regras de “quantidade” e “relevância”, não há palavra “a mais” no título. O destaque dado à homossexualidade do ministro foi então considerado relevante para compreender o que se segue na frase. Entretanto, pelas regras de polidez, a referência à intimidade do ministro, “homossexual”, é incomum de ocorrer. Comparativamente, por exemplo, inexistia uma chamada noticiosa do tipo “rigoroso e heterossexual”.

¹⁴ Seguiremos nesta análise Fairclough (2001) e Pinto, & Duarte (2005).

¹⁵ As máximas conversacionais de Grice são: Quantidade (não dê mais, nem menos informações do que o contexto requer); Qualidade (tente dizer sempre a verdade ou o que considera ser verdadeiro); Relevância (seja relevante) e Maneira (seja claro).

De acordo com Muñoz (1996), historicamente, a homossexualidade é um assunto de “sentido comum” que funciona basicamente de três modos. O primeiro: é desejável que a homossexualidade não exista. Segundo: quando suspeitamos da sua existência, o mais adequado é não tocar no assunto. Terceiro: se ocorrer de se falar do assunto explicitamente, em geral, isso ocorre na forma de acusação (“fulano é bicha”). A estranheza é mais acentuada por se tratar de uma alta autoridade do Poder Judiciário. O usual seria haver o tratamento costumeiramente pouco íntimo, com a mesma sobriedade da foto, em que o ministro está trajando uma solene toga. Além disso, o ministro não havia ainda trazido sua intimidade a público¹⁶. Então, que função desse destaque a sua sexualidade?

Uma resposta possível está numa forma do uso da máxima de quantidade, que corresponde à petição de princípio conhecida pela expressão latina *Post hoc, ergo propter hoc* (o que vem depois é consequência do que vem antes)¹⁷. Resumidamente: sem uma relação causal clara entre enunciados que se sucedem (por não existir ou por omissão), há uma lacuna na narração. O receptor então tende a estabelecer essa relação causal como um subentendido.

Seguindo essa lógica, o predicado “rigoroso” pode ser imediatamente associado à insinuação da possibilidade de cassação da chapa. Resta-nos então associar, pelo subentendido, “homossexual” à disposição do ministro de “fazer história”. O que significa isso? O senso comum atribui algumas características específicas ao homossexual (Muñoz, 1996), entre elas, a de ser invariavelmente afeminado, estereótipo difundido em programas de comédia (afetado, espalhafatoso, entre outras variantes).

Os estereótipos são construídos por metonímias, a exemplo da sinédoque (tomar a parte pelo todo) e da antonomásia, usada para substituir ou se referir a objeto, entidade ou pessoa por um adjetivo ou gentílico, como em “Filho de Deus” (para Jesus), o Estagiritas (para Aristóteles) e a Dama do Tráfico (para a esposa de um chefe do narcotráfico). Sinédoques e antonomásias são formas comuns de realizar generalizações e estão na gênese dos estereótipos (tipo: italianos são mafiosos; alemães são nazistas; políticos são corruptos).

A qualificação “o homossexual” é uma generalização por antonomásia. A rigor, procura identificar e destacar uma qualidade considerada universal ou conhecida. Base da recuperação dos significados, o senso comum é justamente onde circulam os estereótipos atribuídos preconceituosamente aos homossexuais. Assim, no contexto em que setores sociais influentes temiam as consequências da cassação do então presidente Michel Temer,

¹⁶ É o caso de altas autoridades políticas como Eduardo Leite, duas vezes eleito governador do estado brasileiro do Rio Grande do Sul, e de Gabriel Attal, alçado ao cargo de primeiro-ministro francês.

¹⁷ Esse aspecto da máxima de quantidade expressa pela fórmula latina é muito útil no estudo dos jornais, porque o contrato de leitura abrange todos os aspectos da construção de um suporte de imprensa, na medida em que ele constrói a relação com o leitor: Capa, relações entre texto e imagens, elementos de “apelo” (título, subtítulos etc), modalidades de construção das imagens e os tipos de ‘percursos’ propostos ao leitor. Por exemplo, capa, índice, artigo, mas também leitura da manchete, foto, legenda (em todos os percursos há lacunas a serem preenchidas pelo leitor).

o jornal parece insinuar, de forma pouco plausível, que isso pode se concretizar devido a características pessoais do ministro, por ele ser rigoroso e querer “marcar a história” (ou “querer aparecer”, um dos estereótipos dos gays masculinos).

Trata-se, claro, de uma interpretação possível, pois a ligação não está explícita. Até para manter a “aura” de jornal de grande circulação que se destina a um público “qualificado”, o jornal tenta fugir do clichê fácil pelo uso de uma fórmula ambígua, que provavelmente busca se afirmar pelo humor, ao contrastar “rigoroso” com “homossexual” (afeminado). Mas o recuo do jornal aponta que o preconceito foi identificado pelo público. Essa frase polêmica e sensacionalista é, portanto, uma tentativa de agregar “valor-entretenimento” à notícia, causando impacto. A eventual cassação da chapa, claramente, não é referida a questões processuais. Não há alusão velada ou explícita às irregularidades em julgamento. O entretenimento criado pelo jornal antecipa e encena que o julgamento da chapa não será orientado pelo direito, mas pelas características pessoais do relator do processo.

O recurso à homossexualidade do ministro é usado para polemizar e captar atenção pública. Faz ainda uma avaliação negativa do julgamento e incita um determinado ângulo opinativo, ao mobilizar afetos negativos contra o ministro (intimidade tratada como exotismo, desconfiança sobre sua capacidade de julgar com isenção, porque movido pela autopromoção — “fazer história”).



Figura 2.

Fonte: *Extra*, primeira página da edição impressa de 26 de junho de 2007.

O segundo exemplo é a “notícia sensacional” do jornal popular *Extra*. Trata-se do caso de cinco jovens de classe média que agrediram uma empregada doméstica em Copacabana,

Zona Sul do Rio. Denunciados e presos, eles justificaram a agressão dizendo tê-la confundido com uma prostituta.

A edição da capa traz o pai de um dos agressores em foto de grande proporção com a mão espalmada (como se encenasse um tapa). A manchete mantém um tom descritivo, que simula objetividade: “Pai defende filho que espancou doméstica”. No entanto, a escolha vocabular não é inocente. A palavra utilizada, “espancou”, é também a escolha de uma interpretação do acontecimento, que fica mais clara pelo contraste com o termo “encostada”, no enunciado do subtítulo, que reproduz a fala paterna: “Mulher fica roxa com apenas uma encostada”.

O conjunto formado pela edição da foto produz o efeito de ridicularizar o argumento do pai e sua fala misógina. Outros aspectos se juntam à enunciação, como a foto dinâmica da ação policial de prisão do jovem, o entretítulo “a dor da vítima” e a legenda da foto, que explica que o pai “acha” um exagero a prisão do filho.

O ponto de vista do jornal (sujeito da enunciação ou emissor) é crítico e procura mobilizar o afeto de indignação contra a agressão covarde. Dessa forma, o jornal ridiculariza o argumento do pai e expõe o seu preconceito. É um exemplo de que, também nos jornais populares e na notícia sensacional, a relação pragmática proposta no texto entre emissor e coemissor pode ser transformadora e o uso do entretenimento pode ser crítico aos preconceitos do senso comum autoritário.

4. Valor-entretenimento, sensacional e sensacionalismo

Esse borramento das fronteiras entre informação e entretenimento tornaram anacrônica a clássica divisão entre jornais sérios e sensacionalistas, que deve ser revista. Como distinguir os usos do “sensacional” em oposição ao “sensacionalismo”? Propomos um limite ético para identificar as notícias que privilegiam as “sensações” expressas em imagens, no *fait-divers*, nas polêmicas sociais, no “interesse humano”, a narrativa dramatizada e ficcionalizada. Trata-se de uma “recusa ética”. Narrativas “sensacionais” devem evitar usos dos elementos persuasivos que ataquem a dignidade humana e os direitos civis, políticos ou sociais. Deve-se ter claro o que recusar no jornalismo: qualquer manobra editorial que ultrapasse o limite ético amparado nos valores universalistas do respeito à democracia e aos direitos humanos.

Em oposição, as notícias manipulatórias, em que haja grave e flagrante descontextualização de fatos ou declarações ou qualquer outra infringência perceptível aos valores democráticos e aos direitos humanos devem ser classificadas como “sensacionalistas”. Sendo

uma “forma estética”, o valor-entretenimento pode ser utilizado de maneira sensacional (ética) ou sensacionalista, o que também só pode ser avaliado caso a caso.

5. Tempos de fake news: outros usos ideológicos do entretenimento

Embora com métodos distintos, a mediação dos jornais e plataformas digitais é realizada de forma a criar uma percepção de objetividade ou neutralidade, quando, na realidade, estão ativamente selecionando e organizando seus conteúdos de maneira estratégica para maximizar a atenção do público. Os ambientes digital e midiático são ultracompetitivos e de grande circulação de informações, o que torna a atenção pública um recurso valioso. O entretenimento então deixa de ser um elemento periférico e associado ao jornalismo popular para assumir posição estratégica nos ambientes midiático e digital, usado para capturar audiência e gerar receita, por meio de assinaturas, publicidade ou viralização.

O jornalismo tradicional faz a mediação do debate público de forma ativa e seletiva, sem problematizar os métodos usados na escolha e hierarquização do que é notícia e da ordem de prioridade e destaque. Escolher o que vai ser manchete, o que vai ser descartado, exibido com alarde ou tratado com indiferença não são apenas decisões técnicas mas práticas profissionais carregadas de valores, interesses e rotinas organizacionais.

Nas plataformas digitais, o processo é igualmente seletivo e mascarado por uma aura de neutralidade técnica, a partir da linguagem matemática dos algoritmos. Em ambos os casos, trata-se de um conjunto de práticas e decisões frequentemente invisibilizadas sob o manto da técnica ou da rotina profissional, que constituem métodos ocultos de mediação do debate público. Enquanto afirmam apenas refletir a realidade, o jornalismo e as plataformas digitais moldam o espaço público e o debate social. Mesmo reconhecendo aspectos técnicos desses processos, eles são, fundamentalmente, operações de poder e invisibilidade que regulam a seleção das informações.

Expor ao debate a mediação exercida pelo sistema tradicional de mídia não significa deixar de reconhecer sua importância para a esfera pública política, percebida como espaço de comunicação para uma universalização de interesses que abranja todos os cidadãos, especialmente, “seu papel de gerar opiniões públicas concorrentes que atendam os critérios da política deliberativa” (Habermas, 2023, p. 54).

Para serem efetivas, as opiniões públicas relevantes, de um lado, devem ter ampla publicidade (o que significa ter sido selecionado pelo filtro da mídia). Por outro lado, devem atrair a atenção da população com direito a voto (percepção de que as notícias devem ser interessantes). Nesse espaço inclusivo, em que todos os cidadãos formam o público potencial, o importante são os temas de interesse comum, a forma e a racionalidade das

contribuições verificadas profissionalmente, que possibilitam um acordo sobre interesses comuns e diferentes. Então, só na comunicação pública guiada pela mídia de massa “os ruídos comunicativos podem ser condensados em opiniões públicas relevantes e eficazes” (Habermas, 2023, p. 55).

A mediação profissional do fluxo de comunicação pelos *gatekeepers* (com funções autorais, de edição, revisão e gerência) justifica-se, então, pela complexidade técnica e organizacional do sistema de mídia. Eles decidem sobre o alcance e a qualidade deliberativa da oferta de informação. Vemos então a valorização da imprensa comercial como uma instância de racionalização do debate público. A qualidade deliberativa desse debate, entretanto, vai depender, em última análise, “dos usuários de mídia, mais precisamente de sua atenção e de seu interesse, do tempo disponível, da sua formação educacional etc.” (Habermas, 2023, p. 56).

A emergência do ambiente informacional das plataformas digitais parece ter representado, portanto, uma relativização da percepção dessa mediação da mídia como um instrumento de colonização (Habermas, 2019), derivada da orientação dos *gatekeepers* pela lógica comercial, do consumo e do entretenimento. Espetacularizada, a esfera pública era então percebida como menos participativa, com os cidadãos tornando-se meros clientes-espectadores. Mais próximos da padronização da opinião pública por interesses comerciais e políticos, os filtros jornalísticos seriam promotores de um consenso passivo, em vez de deliberação ativa.

Mudanças de contexto fizeram Habermas (2022) falar sobre o “potencial ambivalente” das mídias públicas de massa, que editam e hierarquizam as informações e, ao mesmo tempo, removem restrições no horizonte da comunicação possível, aspectos que não podem ser separados. A emergência do ambiente informacional das redes sociais renova a mudança estrutural da esfera pública e conduz a uma reavaliação positiva da mediação do debate público pela imprensa tradicional. Apesar de todos os problemas dessa mediação, há efetivamente um mínimo de estrutura deliberativa nos seus critérios de seleção dos acontecimentos, como: a obrigação de checagem dos fatos; a escolha de especialistas com autoridade sobre o tema; a orientação de hierarquizar as pautas com base no interesse público presumido e a publicidade dos debates com regras mínimas de racionalidade (ouvir o outro lado ou a pluralidade de perspectivas, por exemplo).

Isso não significa ignorar as dificuldades de vigilância social sobre o exercício dessa mediação, tornada opaca pelo discurso jornalístico de “relato neutro dos fatos”. Em comparação com as plataformas digitais, porém, a mídia tradicional revela ser ainda uma forma relativamente funcional de mediação entre sistema político e sociedade civil. Não se trata de idealizar a mídia tradicional, mas reconhecer que, sem algum tipo de filtro público racional, o debate democrático pode colapsar.

Comparativamente, o modelo de *gatekeeper* constitui uma esfera pública editada, mas se mostra uma forma de comunicação que pode capacitar os cidadãos a adquirir conhecimentos e informações necessários para a formação de juízo próprio. Não é um elogio à “objetividade” ou “neutralidade” da imprensa, mas ao caráter profissional da seleção, submetido a critérios racionais (não debatidos, porém, de forma suficientemente transparente com sociedade).

A grande novidade nos meios digitais é o formato de plataforma, que muda radicalmente o padrão de comunicação na esfera pública, com consequências problemáticas (Habermas, 2023, pp. 58-69). As plataformas digitais capacitam todos os potenciais usuários a serem autores independentes, com igualdade de direitos e sem limites de distância à comunicação. Essa circulação ampla de vozes sem critérios de autoridade epistêmica e com possibilidades ilimitadas de rede digital¹⁸ significa uma ausência de filtros racionais para a esfera pública política. Além disso, a plataforma não é responsável pelos próprios conteúdos, que ela não produz, não edita e não delega.

Nos meios tradicionais, produtores, editores e autores são publicamente identificados e responsabilizados por suas publicações. Além disso, é por meio de filtros institucionais que temas, argumentos e especialistas ganham visibilidade, conferindo racionalidade ao debate. Na conexão multifacetada das plataformas, todos os participantes são autorresponsáveis na troca comunicativa sobre temas escolhidos de forma espontânea, sem assimetrias. O que parece uma promessa emancipatória, no entanto, torna-se um problema pela formação de bolhas informacionais e câmaras de eco, que silenciam opiniões divergentes e fragmentam o espaço público.

Essa mediação invisível dos algoritmos se baseia em interesses publicitários e na lógica de viralização, promovendo conteúdos emocionais ou extremistas e fragmentando a esfera pública em “bolhas informacionais” e “câmaras de eco”. Essa arquitetura digital é um ambiente propício para a circulação de discursos tóxicos e das *fake news*. Não há um fórum comum de deliberação. Descentrada e pulverizada em múltiplos microespaços, com poucos pontos de encontro, a esfera pública torna-se “semipública”.

Os algoritmos não favorecem o melhor argumento, mas o que mais mobiliza emocionalmente. O sintoma desse rebaixamento a esferas semipúblicas é a dupla estratégia de disseminar *fake news* e lutar contra “a imprensa mentirosa”. A formação da opinião pública se torna vulnerável à manipulação, ao populismo e ao ruído. Como cada um parece viver numa bolha alimentada por algoritmos, a pós-verdade e a desinformação sistemática

¹⁸ Antes, com as mídias tradicionais, a esfera pública estava circunscrita aos Estados nacionais (Habermas, 2023, p. 52).

tornaram-se uma ameaça real, usadas como ferramentas políticas (especialmente por populismos autoritários de direita).

Nas plataformas digitais, portanto, a mediação informacional é tecnicamente ainda mais opaca e voltada à maximização de engajamento e lucro. A curadoria invisível dos algoritmos nessas plataformas digitais regula a visibilidade, a distribuição e o engajamento dos conteúdos. Sem que os usuários tenham consciência disso, a relevância algorítmica (Gillespie, 2018)¹⁹ determina o que deve ser visível, importante e para quem, o que faz com que o filtro jornalístico seja percebido como uma defesa potencial contra a manipulação, o populismo e a fragmentação do espaço público.

A mediação jornalística, entretanto, ocorre sem ampla transparência e sob pressão de interesses diversos, a depender dos contextos. Assim, a mediação opaca dos jornalistas deve ser também apreciada caso a caso, para que se entenda quando o filtro jornalístico é exercido segundo o enquadramento por interesses privados e manipulatórios, sem respeito à inclusão de perspectivas diversas, caso em que se torna uma barreira à participação democrática.

Nas plataformas digitais, a agência dos usuários e a visibilidade pública em geral são atravessadas por critérios publicitários, em vez de seguir apenas princípios deliberativos e éticos. A lógica algorítmica redefine prioridades no debate público, contribui para o silenciamento de vozes, o apagamento de divergências e conflitos legítimos, além de amplificar narrativas danosas às instituições democráticas. Nesse sentido, a mediação oculta da curadoria algorítmica representa um regime ainda mais opaco e tecnocrático.

6. *Fake news* e sua especificidade estética

A maior dramatização, o uso da gramática da encenação, a exploração dos afetos são elementos persuasivos usados para valorizar os fragmentos de acontecimentos verdadeiros e fatos descontextualizados, editados e manipulados, que fazem das *fake news* um fenômeno híbrido e multidimensional. Essas narrativas enganosas costumam ganhar autoridade pelo capital social e cultural dos intermediários (celebridades, influenciadores etc.) e pela confiança dos grupos onde são disseminados, ou seja, do engajamento associado à polêmica e ao alarmismo, usados para mobilizar comunidades on line para as “guerras culturais”.

¹⁹ https://www.researchgate.net/profile/Tarleton-Gillespie/publication/327186182_Custodians_of_the_internet_Platforms_content_moderation_and_the_hidden_decisions_that_shape_social_media/links/5dfcfa3a6fdcc2837318e10/Custodians-of-the-Internet-Platforms-Content-Moderation-and-the-Hidden-Decisions-That-Shape-Social-Media.pdf?origin=publication_detail&_tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnNOUGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uRG93bmxvYWQILCJwcmV2aW-91c1BhZ2UOIjwdWJsaWNhdGlvbiJ9fQ&__cf_chl_tk=fjTEENFJYUIf0OMsMdAcDOKgP_wFbMGiXfkmqJhSDPU-1751063270-1.0.1.1-k3xJCqIqG4Sa84sNMZ9OU3zjXXF4pTkUbtmwW9mL3xs

O uso simulado da gramática do jornalismo é, entretanto, atravessada por outro gênero discursivo, nativo das redes sociais. Sua característica mais importante é o hibridismo e a existência de mais um embaçamento de fronteiras discursivas, agora próprio ao ambiente virtual: entre extralinguístico e linguístico, máquina e humano. Esse “tecnodiscurso” (Paveau, 2021) é formado pelo acréscimo de dinâmicas tecnológicas: *hashtags*, *hiperlinks*, perfis robóticos e humanos, compartilhamentos, *likes* e *reposts*, que são exemplos desse “elemento linguageiro compósito”, que associa sentido e técnica e servem de base para extração de dados dos usuários e recomendações algorítmicas.

A dimensão estética das fake news reside, sobretudo, na sua capacidade de explorar o apelo às sensações, constituindo o tecnoentretenimento. Trata-se do uso do entretenimento como operador de *input* dos algoritmos na exploração de gatilhos emocionais (medo, indignação, choque), a partir de uma lógica própria, maquinica, para gerar engajamento máximo e mobilizar comunidades online. Essa lógica algorítmica dita aspectos como o tempo de retenção, ritmo de interação, frequência de postagem, visualidade e padrões de engajamento que conformam a mensagem. As regras da plataforma orientam ainda métricas, curadoria automatizada e viralização seletiva.

Vamos examinar um exemplo retirado da “guerra” contra as urnas eletrônicas nas eleições brasileiras de 2022. A postagem a ser analisada deve ser compreendida como elemento do amplo fluxo contínuo de informações semelhantes, filtradas para viralizar e fazer com que determinada visão deturpada sobre o processo brasileiro informatizado de votação e contagem dos votos se tornasse hegemônica. Entende-se que as *fake news* constituem um tipo específico de *tecnogênero* do discurso, por se tratar de um produto cultural compósito, ou seja, cointegrado pelas dimensões linguageira e tecnológica. Por fim, para que não restem dúvidas sobre a classificação de *fake news*, optou-se por fazer a captura de tela da publicação a partir do desmentido publicado por uma agência de checagem.

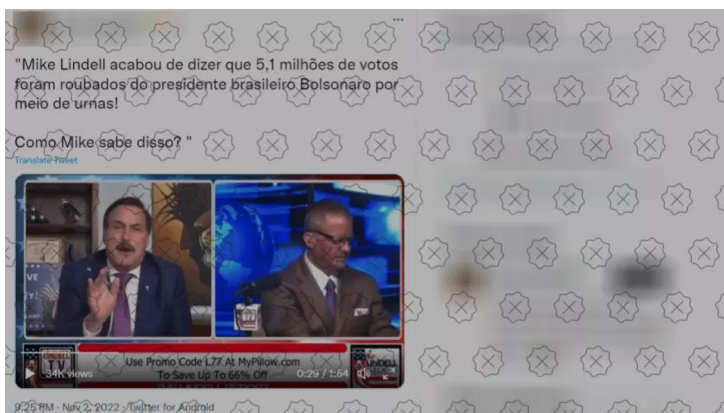


Figura 3.

Fonte: Captura de tela em 4 de novembro de 2022, 16:41.

É falso que 5,1 milhões de votos foram 'roubados' de Bolsonaro

Por Marco Faustino

Em um vídeo que circula nas redes sociais, Mike Lindell, empresário americano apoiador de Donald Trump, afirma que 5,1 milhões de votos foram “roubados” de Jair Bolsonaro (PL) nas eleições deste ano, mas não apresenta provas que sustentem essa acusação.

Não há qualquer indício de que a eleição de Luiz Inácio Lula da Silva (PT) para a Presidência foi manipulada. Em nota enviada a Aos Fatos, o TSE (Tribunal Superior Eleitoral) afirmou que não foi constatado nenhum registro de fraude ou ataque ao sistema eleitoral, o que foi corroborado pelo presidente da Corte, ministro Alexandre de Moraes, em plenário nesta quinta-feira (3).

Uma auditoria feita pelo TCU (Tribunal de Contas da União) tampouco encontrou irregularidades no pleito. No primeiro turno, o órgão comparou 5,8 milhões de informações extraídas de 4.161 BUs (boletins de urna) em papel, com a base de dados do TSE, e não encontrou divergências. No segundo turno, os auditores avaliaram 604 BUs e, novamente, não foi constatada discrepância. Os BUs são documentos emitidos em cada seção eleitoral após a conclusão da votação em uma urna eletrônica.

Em relatório parcial divulgado na segunda-feira (31), um dia após o segundo turno, uma comissão de observadores internacionais rechaçou a possibilidade de que tenham ocorrido incidentes graves que visassem alterações de resultados. A PF (Polícia Federal) afirmou que não houve registro de tentativas de fraudes em urnas. Segundo a lei eleitoral, qualquer organização pode requisitar os sistemas de votação para análise e verificação a todo momento e pelo período que julgar necessário.

No vídeo, Lindell defendeu a impressão do voto e alegou que “cyber guys” (técnicos cibernéticos, em uma tradução livre) constataram o roubo ao monitorar as eleições, mas não forneceu evidências que sustentassem a acusação. O empresário não informou quem são os técnicos, nem como foi feito o monitoramento. Procurado por Aos Fatos, ele não respondeu.

Hoje, as urnas têm recursos que permitem auditoria, como o RDV (Registro Digital de Voto), e múltiplas camadas de segurança internas e externas, como a lacração com adesivos com código fabricado pela Casa da Moeda.

Fonte: Agência Aos Fatos

Por se estruturarem como relato factual, as *fake news* podem ser verificadas e desmentidas de forma objetiva (Dourado, 2021, p. 65). Quando essa checagem foi publicada, a *fake news* acumulava 335 mil visualizações no YouTube, 250 mil no TikTok, 41 mil compartilhamentos no Facebook e 20 mil curtidas no Instagram, além de circular no Twitter (atual X), Telegram e WhatsApp. A postagem do vídeo trazia ainda uma descrição alarmista que sugeria ameaça à soberania nacional, ao alegar que o suposto jornalista Mike Lindell (na verdade, empresário) havia denunciado a fraude numa emissora de televisão americana.

A emulação da notícia jornalística está na apresentação do “fato novo”, da “novidade”. Fatos e evidências forjados são apresentados como *news* “seja pela mimetização jornalística, seja pelo caráter de novidade” (Dourado, 2021, p. 53). Essa novidade apresentada (*breaking news* ou “acabou de dizer”) é o testemunho-denúncia contra as urnas eletrônicas, feito pela celebridade do empreendedorismo americano e militante pró-Trump Mike Lindell.

Os testemunhos de fontes que estariam presentes ao acontecimento são um recurso utilizado nas *fake news* em formatos de áudios e vídeos, como nesse caso do Mike Lindell. Para a Análise do Discurso, esse acesso direto à realidade é sempre ilusório, por desconsiderar os processos discursivos envolvidos no testemunho. Trata-se de uma “naturalização” da ordem simbólica, que torna invisíveis os mecanismos que geram a “evidência do sentido”²⁰. Os fatos “nunca falam por si”, uma vez que são sempre levados a falar por uma rede de mecanismos discursivos. Todo “senso comum” opera de forma eficaz, portanto, quando é naturalizado, isto é, os mecanismos que regulam sua eficiência ficam invisibilizados.

Postado inicialmente nas redes pessoais de Lindell, o vídeo é um discurso nativo digital, o que significa que, além de pertencer à ordem da linguagem, ele também é constituído pelos recursos e determinações técnicos presentes no ambiente tecnológico. Essa hibridização com os dispositivos técnicos do ambiente virtual tem como consequência a integração numa rede de relações algorítmicas que garantem o seu funcionamento e circulação (Paveau, 2022, p. 38). A depender dos objetivos da postagem, os algoritmos fazem parte da gramática da sua elaboração, no que diz respeito à conquista de engajamento.

O uso de testemunhos em áudio e vídeo, associado à exploração da ideia de novidade e urgência, é uma estratégia de apelo às sensações, de “fazer sentir”, à dimensão de entretenimento. Trata-se de uma “enunciação editorial”, quando, na sua elaboração, qualquer

²⁰ Barthes (2003) define ideologia como essa “naturalização” da ordem simbólica, a forma como a percepção reifica os resultados dos processos discursivos em propriedades da “coisa em si”. Também Ducrot (1987) destaca que todo conteúdo descritivo não é neutro, mas um momento de algum esquema argumentativo. Não haveria como traçar uma clara linha demarcatória entre os níveis descritivos e argumentativos da linguagem, pois, em última instância, os predicados descritivos são gestos argumentativos reificados.

forma de postagem apela deliberadamente aos dispositivos técnicos, em especial os algoritmos, para gerar polêmica e obter engajamento.

Há, dessa forma, um conhecimento prévio da gramática digital que constitui a elaboração dos enunciados polêmicos. Por essa dimensão técnica constitutiva da enunciação, denomina-se de “tecnoentretenimento” a essa manifestação do uso do entretenimento como estratégia de viralização das *fake news* e das postagens em geral. O conceito é derivado das reflexões e neologismos propostos por Paveau (2022) para afirmar a hibridização da linguagem aos dispositivos técnicos, como tecnodiscurso, tecnopalavra, tecnosigno, tecnogênero etc.

Zizek (1996, p.17) entende como uma conquista da Análise do Discurso o exame ideológico dos textos a partir da explicitação dos lugares que compõem determinada enunciação. É sempre preciso perguntar como (de que lugar?) o espaço simbólico se estrutura no proferimento de determinado enunciado. Na postagem do vídeo, é preciso lembrar que a enunciação pressupõe a metáfora da guerra cultural²¹, que, entre outras coisas, tem por premissa a percepção do “outro” como inimigo a ser eliminado.

No nível da enunciação, o gênero ocupa esse papel central de relacionar falas a lugares (Maingueneau, 1998, p. 73). As instâncias de enunciação são formuladas em termos de lugares para enfatizar que falamos de um lugar social e simbolicamente “situado”, isto é, que há uma preeminência e preexistência da topografia social e de uma rede de mecanismos discursivos sobre os falantes em uma determinada situação de comunicação.

A captura de tela usada pela agência de checagem é retirada de uma postagem compartilhada com pseudo-comentário do vídeo-denúncia no antigo Twitter. No momento da publicação original, o comentário não é reconhecido pelos metadados das redes sociais e sites como “comentário online”, por isso, a Análise de Discurso Digital o classifica como “pseudo-comentário” (Paveau, 2022, p. 120), sem que isso represente qualquer juízo de valor sobre a veracidade dos seus enunciados.

Esse e todo tipo de compartilhamento (que equivale a uma citação ou texto citado) é tratado pela Análise de Discurso Digital como “tecnodiscurso relatado”²² (inclui a dimensão técnica pela ativação de janela para escrituração e do botão compartilhar) ou “tecnodiscurso segundo”, que é uma das características principais da Web (Paveau, 2022, p. 323). O comentário online atua ainda como uma ampliação do tecnodiscurso primeiro (a postagem

²¹ Os efeitos da metáfora da guerra já foram analisados anteriormente neste trabalho, por isso, evitaremos repetir os argumentos.

²² O discurso relatado trata dos diversos modos com que as proposições atribuídas a fontes distintas de seu enunciador aparecem representadas no discurso. “Mike Lindell acabou de dizer...” é uma forma de discurso relatado no sentido estrito (Maingueneau, 1998, p. 46).

do vídeo ou texto citado). Integrado ao texto primeiro no espaço virtual, o comentário online orienta a leitura do texto original, portanto, a produção de sentidos (Paveau, 2022, p. 113).

O comentário online forma um gênero digital nativo e deve ser tomado como coextensivo ao texto primeiro. O conjunto forma um todo discursivo único e ampliado (texto citante), que faz com que o texto primeiro (citado) seja retomado e recontextualizado pelo leitor. Interessa então entender de que lugar é feita essa enunciação ampliada, compósita e multimídia. Dessa forma, o pressuposto é de que a enunciação editorial do comentário online orienta a elaboração dos seus enunciados pelo entretenimento como operador dos algoritmos.

Seu primeiro enunciado configura uma denúncia alarmista, que se pretende factual e se apoia na tática de apresentar um número decimal para afirmar uma medição criteriosa, uma forma de ressaltar a aparência factual da denúncia: “Mike Lindell acabou de dizer que 5,1 milhões de votos foram roubados do presidente brasileiro Bolsonaro por meio de urnas!”.

Nesse enunciado, o emissor põe em cena dois enunciadores. Mike Lindell nega que as urnas eletrônicas sejam confiáveis e contraria um segundo enunciador, implícito, que podemos remeter ao Tribunal Superior Eleitoral, cuja posição notória é de que as urnas asseguram a lisura das eleições. Nas análises de texto pré-digitais, a identidade dos falantes é relevante para a compreensão do discurso. O fato de a postagem ser realizada por um perfil-pseudônimo (anônimo, portanto) ou robótico parece sugerir uma estratégia de fugir da responsabilização, como analisado por Habermas (2023, p. 78)²³.

Paveau (2022, pp. 108-111), porém, descarta essa associação automática no universo digital, porque “a enunciação sob pseudônimo é a regra”. Além disso, o acúmulo de *fake news* no ambiente digital não seria o mais significativo na deformação da percepção da esfera pública política, mas o fato de que elas “não podem mais ser identificadas como tais da perspectiva dos participantes” (Habermas, 2023, p. 78). A certeza sobre a intencionalidade do postador, assim, é menos relevante no ambiente digital do que investigar como esse anonimato assume características específicas em cada enunciação.

Cada texto ou enunciado pertence a um determinado gênero de discurso. Da mesma forma, cada gênero pressupõe um dispositivo de enunciação, em que se explicitam os diferentes lugares de fala, as diferentes maneiras de construir a representação de uma determinada prática social, proposta pelos sujeitos que aparecem nos textos e que são assumidas ou não pelos participantes do evento comunicativo (Pinto, 1999, p. 29). A

²³ A possibilidade de responsabilização institucional pelas informações divulgadas é um fator positivo da mediação da esfera pública pelo sistema tradicional de mídia.

questão fundamental então são os sentidos negociados e oferecidos nessa estratégia de pseudo-comentário online em tom conversacional, de ensaio de diálogo horizontal com o outro. Encenado ou espontâneo, esse diálogo procura influenciar a construção dos pontos de vista dos usuários (destinatários), numa relação que pode ser de divergência ou convergência.

O autor que produziu fisicamente o texto (emissor) não se confunde com o sujeito do enunciado (narrador ou locutor, nos textos orais). Esse sujeito do enunciado é um personagem entre outros personagens que agem e falam nos textos e que, no próprio enunciado, é apresentado como seu responsável, como é o caso de Mike Lindell nessa enunciação ampliada. O emissor de um enunciado põe em cena uma ou mais posições discursivas (outros enunciadoreis) com as quais ele, o emissor, pode ou não se identificar. A distinção entre emissor e enunciadoreis facilita o estudo de construções com pressuposições.

Pelas máximas de quantidade e relevância, de Grice²⁴, todas as informações da frase são relevantes para expressar o ponto de vista do emissor. Além da pretensa facticidade da denúncia de roubo de “5,1 milhões de votos”, chama atenção a colocação do nome do enunciadoreis Mike Lindell em destaque, posicionado no início do enunciado (topicalizado). Esse uso tático pressupõe que o prestígio desse personagem pode mobilizar a agenda de discussão sobre a fraude nas urnas em algumas comunidades online.

O segundo enunciado (“Como Mike sabe disso?”) traz marcas formais e gatilhos de pressuposição que impõem o “saber” de Lindell sobre a fraude. O advérbio interrogativo de modo “como” tem a função de introduzir uma pergunta sobre “o modo” com que algo acontece. Ao perguntar “como” Mike Lindell “sabe”, o enunciado usa o verbo factivo “saber” também como gatilho para pressupor que havia algo verdadeiro a ser sabido. A fraude é esse “saber verdadeiro”. A construção da pergunta desloca a atenção e a dúvida para esse detalhe, ou seja, o modo com que o personagem tomou conhecimento dela. O resultado é a naturalização do conteúdo mais polêmico, numa tentativa de controle sobre o que deve ser interpretado como “dado”: o pressuposto de que a fraude na urna realmente aconteceu.

Compare-se, por exemplo, com essa pergunta alternativa: “Como saber se Mike diz a verdade?”, que não assume a existência da fraude e coloca a dúvida sobre o suposto conhecimento do desvio dos votos. A função desses gatilhos de pressuposição no texto é, portanto, desviar o foco do conteúdo falso (ou polêmico), a fraude, e induzir o interlocutor a aceitá-lo como um senso comum, reduzindo possíveis objeções à posição ideológica (apresentada

²⁴ Relembramos que as máximas de Grice são: quantidade: não dê mais, nem menos informações do que o contexto requer; qualidade: tente dizer sempre a verdade ou o que considera ser verdadeiro; relevância: seja relevante; maneira: seja claro.

como um conhecimento incontestável e consensualmente estabelecido). Com isso, coloca-se em discussão apenas o detalhe, o modo como Mike “soube” dessa fraude.

O enunciado também projeta a imagem de um segundo enunciador ou interlocutor que reconhece como seria difícil saber essa informação, antecipando questionamentos à inexistência de fatos e evidências que comprovem a fraude. Numa operação mítica, Mike Lindell é posicionado como alguém que possui informações não acessíveis ao cidadão comum, porque ele é uma celebridade do mundo dos negócios, empreendedor e militante do populismo de extrema-direita americano. Se ele sabe, não há de ser pelos meios tradicionais do “sistema”.

As *fake news* têm um caráter performático, com a criação de heróis e vilões, teorias da conspiração e revelações bombásticas. A forma como frequentemente os “noticiadores” apresentam a falsa “informação” reforça essa estética, com o tom dramático, de indignação fabricada e forte apelo emocional e visual. Demoru (2024, p. 12-27) defende a existência de um “populismo conspiratório de extrema direita” que faz a conexão entre os discursos populistas e as teorias conspiratórias. Esse novo populismo seduz mais pelo fascínio de um discurso maravilhoso que pela argumentação racional. Tramas fabulosas e fantasias de conspiração servem para manter “vivo o engajamento dos seus adeptos”. Como toda narrativa conspiratória, funda-se na suposta existência de um segredo. Essa mentalidade conspiratória constitui a dimensão de “sensações” para determinados grupos e tende a estimular uma “superinterpretação” dos textos.

Entre os enunciadores colocados em cena, há aqueles com os quais o emissor se identifica. Essa identificação define a imagem desse emissor ou lugar enunciativo (o sentido reivindicado para si mesmo). Essa imagem do sujeito da enunciação (ou enunciador) contém tanto a imagem que o emissor faz de si mesmo como a que faz do universo de discurso em jogo (o “mundo”).

Temos, em primeiro lugar, a clara identificação do emissor com a perspectiva de Mark Lindell, que assume o lugar e vocaliza o discurso crítico de ataque sem provas e evidências às urnas eletrônicas e ao processo eleitoral informatizado brasileiro. Trata-se de um lugar autoritário de recusa da derrota eleitoral imposta pelas urnas. Em segundo lugar, há ainda o esforço desse mesmo emissor em se colocar numa relação horizontal com a audiência, que é formada pelo público que vai consumir e interpretar o texto, no caso, os usuários das redes sociais. No texto, o emissor fixa os enunciadores com os quais ele se identifica, o que significa a imposição de uma imagem ou lugar enunciativo, que, nesse exemplo, se estrutura dentro do universo autoritário, mais próximo ao populismo conspiracionista de extrema direita no Brasil. Essa imagem ou lugar que os receptores assumem

ao se reconhecerem nos enunciadores é classificada de sujeito falado ou coenunciador²⁵ (Pinto, 1999, p. 32).

Ao falar desse lugar “antissistema”, o anonimato do perfil do emissor pode ser interpretado antes como um fator de identificação, em vez de desresponsabilização. Sabemos apenas a que grupo ou comunidade online o emissor pertence, por sua convergência com o ponto de vista daqueles que repetem determinadas críticas autoritárias às urnas eletrônicas²⁶. Esse artifício permite então múltiplas identificações, facilitando que esse lugar seja ocupado (por identificação) por uma diversidade de usuários de comunidades online permeáveis ao discurso conspiracionista da extrema direita (a audiência a quem o texto se destina).

Faz parte do dispositivo de enunciação ainda a relação pragmática que o texto propõe entre emissor e coemissor, ou seja, o lugar onde se manifestam as relações de saber-poder em jogo. Essas relações podem assumir a forma de distância, cumplicidade, pedagogia, superioridade, etc. No caso específico dessa *fake news*, essas relações são de cumplicidade e compartilhamento horizontal de valores. As relações pragmáticas atuam no estabelecimento ou reprodução das relações e identidades sociais pelos discursos (Pinto, 1999, p. 32).

Boa parte dessas identificações podem ser inferidas, portanto, da estratégia de tecnoentretenimento presente na *fake news*, utilizada para captar a atenção, viralizar e promover a identificação do público com Lindell e o que ele representa. Pela série de significantes que o personagem mobiliza, a sua vida pessoal²⁷ justifica a escolha. Um dos mais fervorosos defensores de Donald Trump desde as eleições presidenciais de 2016 e filiado ao Partido Republicano, Lindell é conhecido por espalhar *fake news* sobre o resultado da eleição presidencial nos Estados Unidos em 2020, quando Trump foi derrotado.

Religiosidade, conservadorismo, empreendedorismo, sucesso financeiro, militância pró-Trump e ativismo nas redes sociais tornam Lindell próximo dos valores do público radicalizado do populismo de extrema-direita. A guerra cultural contra as urnas eletrônicas transparece ainda nesse movimento metonímico, mais exatamente de sinédoque (a parte

²⁵ O termo coenunciador é usado para enfatizar que a imagem do receptor está presente e molda a produção do texto.

²⁶ Demoru (2024, pp. 28-29) lista diversos ataques de Jair Bolsonaro às urnas eletrônicas, inclusive o de que “o serviço eleitoral” e os ministros do STF e do TSE elegeram Lula presidente do Brasil, em 2022. Os ataques ao sistema eleitoral brasileiro, em especial às urnas, são também parte importante da tese de doutorado de Dourado (2020).

²⁷ Empreendedor com uma série de pequenos fracassos de investimento, Lindell ficou célebre e se tornou um self-made man a partir de 2004, com a invenção do travesseiro MyPillow, origem da sua empresa em Minnesota e da sua fortuna. Ex-viciado em álcool, cocaína e crack, ele diz que foi curado por meio de orações em 2009. Produziu um documentário (2016) e um livro (2020) com sua história de sucesso. Faz palestras motivacionais e possui uma fundação assistencialista, a Lindell Foundation, “baseada na fé”, como a define. Consulte-se o verbete com seu nome publicado na Wikipédia (https://pt.wikipedia.org/wiki/Mike_Lindell).

pelo todo)²⁸. A fraude na urna é parte do “processo eleitoral corrompido”, conduzido pelo Tribunal Superior Eleitoral, enquanto Mike Lindell é o empreendedor de si mesmo que se opõe ao Estado profundo, ideologia partilhada pelo imaginário conspiracionista dos ultra-liberais e libertários americanos e brasileiros.

A exposição de Lindell rendeu audiência, viralizou o vídeo e mobilizou os sistemas de recomendação de conteúdos por algoritmos das redes sociais, num contexto eleitoral delicado, de extrema polarização nas eleições brasileiras de 2022. O grupo político derrotado investiu na mobilização dos seus seguidores e na contestação do resultado daquelas eleições presidenciais. Essa reação autoritária apoiou-se na longa campanha de desmoralização do processo eleitoral brasileiro e fazia parte da trama de um golpe de estado. Isso foi confirmado na apreensão, pela Polícia Federal, de 1,2 mil equipamentos eletrônicos envolvidos na tentativa de golpe de estado de 8 de janeiro de 2023, após a extração e decupagem de 255 milhões de mensagens em áudio e vídeo²⁹. Tudo indica, portanto, que essa *fake news* estava associada a objetivos ainda mais autoritários que a já preocupante deslegitimação do processo eleitoral brasileiro.

Conclusões

O Valor-Entretenimento opera como um dispositivo de saber-poder, que se constituiu no contexto do jornalismo “de qualidade” ou *mainstream*, veiculado nos meios tradicionais (jornais, rádio e TV). Sem se confundir com o sensacionalismo pejorativo, ele deve ser entendido como um operador editorial sofisticado. Híbrido e estratégico, o Valor-Entretenimento é o reconhecimento de que, na busca pela atenção do público e na manutenção do modelo de negócios da economia da atenção (venda de audiência à publicidade), o jornalismo dito “sério” incorporou elementos da gramática do sensacional ou jornalismo de sensações. É a tecnologia discursiva que permite a coexistência de rigor factual com apelo emocional.

O cerne do Valor-Entretenimento reside na performance, encenação e ficcionalização do acontecimento. O jornalismo não apenas relata os fatos, mas os encena para o leitor. Isso se manifesta no enquadramento, ou seja, na escolha do ângulo narrativo que prioriza o impacto emocional, o conflito e a humanização dramática dos personagens. Também no recorte e edição, pela seleção estratégica de trechos, títulos alarmistas, e o uso de recursos visuais e de design para intensificar a experiência de leitura. Por meio do Valor-

²⁸ Sinédoques são um dos recursos mais utilizados para promover generalizações. Agem como um conta-gotas mental, como episódios de uma série, em que os casos reiteradamente narrados devem confirmar o tema das “séries”.

²⁹ <https://g1.globo.com/fantastico/noticia/2025/02/23/celulares-do-golpe-fantastico-mostra-audios-ineditos-de-militares-e-civis-que-planejavam-derrubar-o-governo.ghtml>

Entretenimento, o jornalismo gerencia ainda a visibilidade dos acontecimentos, priorizando aqueles que garantem maior engajamento e venda de jornais, o que afeta diretamente a agenda pública.

Outro aspecto significativo do Valor-Entretenimento é a ambivalência. Pode haver um uso ideologicamente preconceituoso, quando os elementos persuasivos são utilizados para desqualificar, estigmatizar ou praticar violência simbólica contra grupos sociais minoritários, os direitos humanos ou a própria democracia. É o uso que transgride a fronteira ética, privilegiando o espetáculo ou o preconceito em detrimento da informação cívica. Pode haver também, porém, usos ideologicamente críticos, quando os mesmos recursos dramáticos e emocionais (encenação, humanização) são empregados para expor e denunciar injustiças sociais ou violações de direitos. Neste caso, o apelo emocional estimula a mobilização da opinião pública e o debate crítico.

Por meio do Valor-Entretenimento, portanto, a imprensa tradicional administra sua necessidade de informar com sua urgência de vender e competir na arena da atenção, usando a dramaticidade como capital editorial.

Por sua vez, o conceito de tecnoentretenimento é a manifestação contemporânea e digital do dispositivo de entretenimento, adaptado à arquitetura das plataformas e aos sistemas algorítmicos. Trata-se do entretenimento como Operador Algorítmico. No ambiente digital, a circulação de conteúdo é determinada pela lógica do engajamento (curtidas, comentários, compartilhamentos). O tecnoentretenimento é o uso intencional da gramática das emoções para atuar como o operador de *input* para os algoritmos. O conteúdo mais polarizador ou impactante é aquele que os algoritmos promovem para maximizar o tempo de permanência do usuário na plataforma.

Diferentemente do Valor-Entretenimento, que é mediado por uma redação profissional, o tecnoentretenimento é mediado pela curadoria invisível do algoritmo. Ele se especializa na exploração de afetos de alta intensidade (medo, ódio, raiva, choque, indignação), aqueles mais eficazes para a viralização. Além disso, a lógica do tecnoentretenimento contribui com a fragmentação da esfera pública em “câmaras de eco” (onde a informação é repetida e reforçada) e “bolhas informacionais” (onde o usuário só vê o que lhe agrada). Isso cria um ambiente fértil para a guerra cultural e para a circulação de discursos extremistas.

Sendo assim, as *fake news* são o produto final e mais extremo do tecnoentretenimento. Esteticamente, a *fake news* é definida como um gênero narrativo-ficcional que performa

a notícia³⁰ com o objetivo de “fazer sentir” (propagandear e emocionar) em vez de “fazer saber” (informar). A eficácia da fake news, portanto, não está apenas na mentira que ela veicula, mas na sua capacidade estética de se apropriar dos gatilhos do tecnoentretenimento para se tornar viral.

As *fake news* simulam principalmente as estratégias de captação de atenção do jornalismo, no sentido de apelar às sensações. O tom alarmista e emocional, o sentimento de urgência, o apelo ao medo, à indignação, ao choque e outras emoções intensas são uma forma oportunista de explorar o fluxo do sensacional em busca de engajamento e viralização, o que é parte constituinte de sua estratégia, não um efeito colateral. Assim, o tecnoentretenimento é a apropriação dos afetos humanos pelos algoritmos com fins mercadológicos e ideológicos, sendo o motor estético por trás da proliferação e da letalidade política das *fake news* e do funcionamento do entretenimento como dispositivo de controle e governamentalidade.

Dessa forma, as *fake news* devem ser compreendidas de forma mais ampla, que ultrapasse a sua definição simplesmente pela falsidade ou verdade dos conteúdos. É preciso reconhecer e incluir a dimensão estética e o híbrido informação-entretenimento-dispositivo técnico nessa definição. Esse olhar nos permite ver as *fake news* não apenas como conteúdos informacionais deliberadamente falsos, mas como parte de uma dinâmica de produção de sentido que se vale do dispositivo entretenimento em sua versão tecnológica para moldar percepções, mobilizar emoções e influenciar a ação social, ao abastecer os agentes sociais com motivações para agir.

Referências bibliográficas

- Aguiar, L. A. de. (2008). Entretenimento: valor-notícia fundamental. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 5(1), 13–23.
- Bakhtin, M. (1997). *Estética da criação verbal*. Martins Fontes.
- Bakhtin, M. (Volochinov). (1986). *Marxismo e filosofia da linguagem*. Editora Hucitec.
- Barbosa, M. (2007). *História cultural da imprensa: Brasil, 1900-2000*. Mauad X.
- Barbosa, M. (2013). *História da comunicação no Brasil*. Editora Vozes.
- Barbosa, M. (2024). *História cultural da imprensa: o tempo presente - Brasil 1980-2010*. Mauad X.

³⁰ Pode-se definir notícia como “ato de informar, de dar a conhecer algo urgente, uma notícia de última hora distribuída nos ambientes digitais” (Dourado, 2020, p. 54). Além de “urgentes”, as fake news são apresentadas como acontecimentos escandalosos e graves. Em vez do rigor na mimetização da forma visual da reportagem jornalística, as fake news trazem imitações de notícias “mais pela postulação de representarem relatos factuais, mesmo que sensacionalistas” (Dourado, 2021, p. 81). Essa definição, porém, desconsidera que o alegado sensacionalismo das fake news é tão constitutivo da sua estratégia discursiva quanto simular o relato factual. Sensacional e factual são constitutivos e indissociáveis nas fake news.

- Barbosa, M., & Duarte, M. da S.** (2025). *A cena teatral: o entretenimento como dispositivo histórico dos jornais ao tecnoentretenimento* [Manuscrito não publicado].
- Barbosa, M., & Enne, A. L. S.** (2004). O jornalismo popular, a construção narrativa e o fluxo do sensacional. *Revista Eco-Pós*, 7(2), 73-82.
- Barthes, R.** (1964). Structure du fait divers. In *Essais Critiques*. Seuil.
- Barthes, R.** (2003). *Mitologias*. Difel.
- Castro, E.** (2016). *Vocabulário de Foucault - um percurso pelos seus temas, conceitos e autores*. Autêntica Editora.
- Castro, P. C.** (1996). *A dimensão não-verbal da enunciação jornalística — A reforma gráfica do jornal O Globo* [Dissertação de Mestrado, Universidade Federal do Rio de Janeiro].
- Charaudeau, P.** (2013). *Discurso das mídias*. Contexto.
- Charaudeau, P., & Maingueneau, D.** (2006). *Dicionário de Análise do Discurso*. Contexto.
- Demuru, P.** (2024). *Políticas do encanto: Extrema direita e fantasias de conspiração*. Elefante.
- Dourado, T.** (2020). *Fake news na eleição presidencial de 2018 no Brasil* [Tese de Doutorado, Universidade Federal da Bahia].
- Dourado, T.** (2021). *Fake news: quando mentiras viram fatos políticos*. Zouk.
- Duarte, M. da S.** (2003). *Cidadania obstruída: Jornais cariocas e a construção discursiva da violência no Rio* [Tese de Doutorado, Universidade Federal do Rio de Janeiro].
- Duarte, M. da S.** (2005). Cidadania obstruída: jornais cariocas e a construção discursiva da violência pelos jornais do Rio. In *Discursos - estudos da linguagem como prática social* (pp. 59-99). Núcleo de Pesquisa em Estratégias de Comunicação - UFRJ.
- Ducrot, O.** (1987). *O dizer e o dito* (F. Wolff, Trad.). Pontes.
- Fairclough, N.** (1995). *Media discourse*. Arnold.
- Fairclough, N.** (1995a). *Critical discourse*. Longman.
- Fairclough, N.** (2001). *Discurso e mudança social*. Editora Universidade de Brasília.
- Fairclough, N.** (2003). *Analysing discourse: textual analysis for social research*. Routledge.
- Foucault, M.** (1970). *A ordem do discurso*. Loyola.
- Foucault, M.** (1987). *A arqueologia do saber* (L. F. B. Neves, Trad., 3.ª ed.). Forense-Universitária.
- Foucault, M.** (1988). *História da sexualidade I: A vontade de saber* (M. T. da C. Albuquerque & J. A. G. Albuquerque, Trans.). Edições Graal.
- Gillespie, T.** (2018). *Custodians of the Internet: Platforms, Content Moderation, and the Hidden Decisions that Shape Social Media*. Yale University Press. https://www.researchgate.net/profile/Tarleton-Gillespie/publication/327186182_Custodians_of_the_internet_Platforms_content_moderation_and_the_hidden_decisions_that_shape_social_media/links/5dfcfa3a6fdcc2837318e10/Custodians-of-the-Internet-Platforms-Content-Moderation-and-the-Hidden-Decisions-That-Shape-Social-Media.pdf
- Habermas, J.** (2014). *Mudança estrutural da esfera pública: investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa*. Unesp.
- Habermas, J.** (2022). *Teoria da ação comunicativa* (2 vols.). Unesp.
- Habermas, J.** (2023). *Uma nova mudança estrutural da esfera pública e a política deliberativa*. Editora Unesp.

- Hall, S. (2003). *Da diáspora: identidades e mediações culturais*. Editora UFMG; Representação da Unesco no Brasil.
- Maingueneau, D. (1997). *Novas Tendências em Análise do Discurso*. Pontes.
- Maingueneau, D. (1998). *Termos-chave da análise do discurso*. Editora UFMG.
- Maingueneau, D. (2002). *Análise de textos de comunicação*. Editora Cortez.
- Marcondes Filho, C. (2000). *A saga dos cães perdidos*. Hacker editores.
- Muñoz, C. B. (1996). *Uruguay homosexual: culturas, minorías y discriminación desde una sociología de la homosexualidad*. Trilce.
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble: how the new personalized web is changing what we read and how we think*. Penguin Books.
- Paveau, M.-A. (2022). *Análise do discurso digital: dicionário das formas e das práticas*. Pontes Editores.
- Pinto, M. J. (1999). *Comunicação e discurso: Introdução à análise do discurso*. Hacker Editores.
- Pinto, M. J. (2003). Discurso e Violência. *Revista Virtual Semiosfera*, edição especial.
- Pinto, M. J., & Duarte, M. da S. (2005). Discurso, implícitos e ideologia: “As ONGs e a visão arcaica da relação entre o público e o estatal”. In *Discursos - estudos da linguagem como prática social* (pp. 31-42). Núcleo de Pesquisa em Estratégias de Comunicação - ECO/UFRJ.
- Schudson, M. (2010). *Descobrimos a notícia: uma história social dos jornais nos Estados Unidos*. Editora Vozes.
- Sodré, M. (1996). *Reinventando a cultura – a comunicação e seus produtos*. Editora Vozes.
- Sodré, M. (2008). Prefácio. In A. Serra, *O desvio nosso de cada dia: a representação do cotidiano num jornal popular*. Achiamé.
- Sodré, M. (2009). *A narração do fato: notas para uma teoria do acontecimento*. Vozes.
- Traquina, N. (1993). As notícias. In N. Traquina (Org.), *Jornalismo: Questões, teorias e “estórias”* (pp. 167-176). Vega.
- Traquina, N. (2008). *Teorias do jornalismo: Porque as notícias são como são* (Vol. I). Insular Livros/UFSC.
- Traquina, N. (2008a). *Teorias do Jornalismo: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional* (Vol. II). Insular Livros/UFSC.
- Verón, E. (1980). *A produção de sentido*. Cultrix.
- Verón, E. (1984). *Quand Lire, c'est Faire: L'Énonciation dans le Discours de la Presse Écrite*. Institut de Recherches et d'Etudes Publicitaires.
- Wu, T. (2016). *The attention merchants: the epic scramble to get inside our heads*. Knopf.
- Zizek, S. (1996). *Um mapa da ideologia*. Contraponto.

Podcast como proposta de ampliação para o Radiojornalismo

Rosângela Stringari • Luiz Eduardo Alcântara de Paula Souza

Universidade Federal do Paraná (UFPR)

rosangela.stringari@ufpr.br / alcantarajornalismo@gmail.com

Resumo: Este artigo analisa o podcast como proposta de ampliação do radiojornalismo de nicho, destacando seu papel na renovação das práticas sonoras e na consolidação de novas dinâmicas comunicacionais na era da convergência midiática. A partir de uma pesquisa qualitativa e exploratória, fundamentada em revisão bibliográfica, análise de produções jornalísticas e entrevistas com profissionais do setor, o estudo busca compreender como o podcast redefine a linguagem, a narrativa e o modelo de interação entre produtores e audiência. Com base em Jenkins (2006) e Scolari (2013), compreende-se que a convergência midiática não implica a substituição dos meios tradicionais, mas sua integração e expansão em novas plataformas. Nesse contexto, o podcast surge como extensão natural do rádio, preservando a oralidade e o vínculo emocional, ao mesmo tempo em que oferece liberdade editorial, segmentação temática e aprofundamento narrativo, conforme observam D'Ávila (2014) e Ferraz (2020). Os resultados indicam que o formato fortalece o jornalismo de nicho ao promover um diálogo direto e personalizado com comunidades específicas, ampliando o engajamento e a sustentabilidade das produções sonoras (Jarvis, 2009; Baccin & Kroth, 2018). A análise das experiências de profissionais como Rodrigo Alves, Luciano Potter e Gustavo Passi evidencia o potencial do podcast para equilibrar inovação, independência e responsabilidade social no ambiente digital. Conclui-se que o podcast representa não apenas um avanço tecnológico, mas uma reconfiguração cultural do radiojornalismo, consolidando-se como meio estratégico de informação, experimentação narrativa e democratização da escuta. Contribui, portanto, para o debate sobre o papel do áudio digital na reconfiguração do jornalismo contemporâneo.

Palavras-chave: Podcast; Radiojornalismo; Jornalismo de Nicho; Transmidiática.

Introdução

Com pouco mais de duas décadas de existência, o formato podcast tem se consolidado como uma alternativa de jornalismo de nicho, modernizando e ampliando o formato original do radiojornalismo. O podcast é um tema multifacetado, suscetível a diferentes estilos, tons e formatos de produção. O rádio, como forma de comunicação, está presente no Brasil há mais de 100 anos, com sua primeira transmissão realizada no dia 7 de setembro de 1922 (Câmara dos Deputados, 2023). Considerando esse protagonismo histórico e cultural, este artigo propõe discutir e analisar a evolução do formato sob uma perspectiva historiográfica e analítica, observando as transformações que o podcast trouxe para o jornalismo contemporâneo e as possibilidades de ampliação e reformulação do radiojornalismo no contexto digital.

Nesse contexto, este artigo busca compreender os aspectos que tornam o podcast uma forma de comunicação atrativa e funcional para o jornalismo de nicho, além de seu potencial enquanto estratégia de engajamento e de sustentabilidade para veículos e produtores

independentes. Assim, parte-se do problema central de entender de que maneira o podcast pode ser compreendido como uma extensão — e ao mesmo tempo uma reformulação — do radiojornalismo tradicional, considerando os impactos narrativos, econômicos e tecnológicos dessa transição. Esse entendimento é feito com base na entrevista com especialistas e análise de referenciais teóricos.

A pesquisa apresenta uma abordagem exploratória e qualitativa, baseada na análise de produções jornalísticas em formato podcast e em entrevistas com jornalistas e produtores que atuam diretamente nesse segmento, como os jornalistas e produtores Luciano Potter, Rodrigo Alves e Gustavo Passi. Essa análise busca compreender percepções profissionais sobre a estrutura narrativa, o processo de produção e o papel do podcast no ecossistema informativo atual.

O estudo considera o contexto de pesquisas já realizadas sobre o tema, como *Radiojornalismo no Brasil: um jornalismo sem jornalistas* (Sant'Anna, 2008), *O Singular: Um podcast sobre a ascensão dos podcasts jornalísticos no Brasil* (Lisboa, 2021), *As transformações no radiojornalismo no ecossistema móvel: uma radiomorfose possível* (Baccin & Kroth, 2018), *Do radiojornalismo ao podcast – análise de uma experiência de ensino no curso de jornalismo da PUCRS* (Saccol, 2019) e *Podcast e radiojornalismo: uma aproximação entre a mídia formal e as novas experiências de produção e escuta* (Ferraz, 2020).

Atualmente, observa-se um panorama amplo sobre o entendimento das questões que envolvem o planejamento financeiro de veículos jornalísticos e a busca por sustentabilidade em ambientes digitais. Destaca-se também a falta de transparência e baixa divulgação da relação monetária de sustentabilidade destes projetos. A sobrevivência dos grandes veículos de comunicação é um tema recorrente dentro das áreas de estudo da comunicação, uma vez que a visibilidade e a fidelização do público — especialmente no radiojornalismo — são pilares fundamentais para a continuidade de produtos noticiosos. Nesse sentido, os podcasts jornalísticos surgem como um modelo que combina relevância editorial, potencial de monetização, novas formas de interação com o público e possibilidades de consumo.

De acordo com a PodPesquisa (Associação Brasileira de Podcasters [ABPOD], 2020/2021), 7,8% dos produtores de podcast no Brasil estão relacionados à área do jornalismo, e estimando-se que cerca de 34,6 milhões de brasileiros escutam podcasts regularmente. Complementarmente, a pesquisa da Kantar Ibope Media (2024) indica que 79% da população brasileira é ouvinte de rádio, sendo que 48% consomem podcasts semanalmente, e 22% preferem programas de notícias e política.

Diante desse cenário, o objetivo geral do artigo é analisar como o formato podcast tem se consolidado como estratégia de ampliação do radiojornalismo e do jornalismo de nicho

no contexto da convergência midiática. Os objetivos específicos são: (1) compreender as transformações narrativas e estruturais provocadas pela adoção do formato; (2) identificar as motivações econômicas e simbólicas para sua expansão; e (3) discutir a percepção de jornalistas e produtores sobre o papel do podcast no ecossistema informativo atual.

Parte-se da hipótese de que o podcast, enquanto produto sonoro flexível e participativo, representa uma nova etapa do radiojornalismo, marcada pela convergência entre formatos, pelo fortalecimento da identidade de nicho e pela ampliação das possibilidades narrativas e de engajamento com o público.

1. Estado da questão

O rádio consolidou-se, ao longo do último século, como um dos mais relevantes meios de comunicação de massa, responsável por moldar hábitos informativos, culturais e sociais. Sua longevidade e capacidade de adaptação às inovações tecnológicas comprovam a resiliência do radiojornalismo enquanto linguagem e prática profissional. A chegada do podcast, portanto, não representou uma ruptura com o rádio tradicional, mas uma ampliação de suas potencialidades. Essa ampliação ocorre sobretudo por meio da convergência midiática, que reconfigura a forma como os conteúdos sonoros são produzidos, distribuídos e consumidos, conforme destaca Jenkins (2006). O podcast surge como continuidade da tradição radiofônica, mas em um ambiente digital que privilegia a personalização da escuta, a segmentação de público e o fortalecimento das identidades de nicho.

A literatura recente sobre o tema tem se debruçado sobre esse processo de transição e expansão. Segundo Santos (2025), que realizou uma revisão sistemática de 46 dissertações brasileiras sobre podcast defendidas entre 2004 e 2023, a maior parte dos estudos acadêmicos sobre o formato ainda se concentra na área da Educação, com menor inserção nos estudos radiofônicos. Essa tendência demonstra uma lacuna significativa na pesquisa nacional, uma vez que poucos trabalhos abordam o podcast em sua dimensão jornalística, especialmente no que se refere às transformações estruturais do radiojornalismo. Assim, o campo da comunicação sonora carece de análises que articulem a herança radiofônica às novas práticas digitais, identificando o podcast como instrumento de ampliação do radiojornalismo, e não apenas como uma mídia emergente.

Dentro desse debate, Kischinhevsky (2016) propõe o conceito de “rádio expandido” para compreender as transformações da mídia radiofônica diante da convergência digital. O autor argumenta que o rádio contemporâneo incorpora novas linguagens, plataformas e modos de circulação de conteúdo, configurando-se como um meio em expansão contínua. O podcast, nesse contexto, representa uma das manifestações mais expressivas dessa expansão, ao permitir que a experiência da escuta se estenda para além da transmissão

ao vivo, alcançando novos espaços de mediação e interação. Complementarmente, Lopez (2010) introduz o conceito de “rádio hipermidiático”, enfatizando a integração entre linguagens sonoras, textuais e visuais na construção das narrativas radiofônicas contemporâneas. Esses conceitos — rádio expandido e rádio hipermidiático — fundamentam a compreensão de que o podcast não substitui o rádio, mas o expande, incorporando elementos de outras mídias e transformando o modo de produção e recepção do conteúdo jornalístico.

A ideia de convergência midiática, amplamente desenvolvida por Jenkins (2006), constitui um dos pilares teóricos centrais para entender essa reconfiguração. Para o autor, a convergência não se limita à integração tecnológica, mas representa um fenômeno cultural e social, que altera as dinâmicas de produção, circulação e consumo de conteúdo. O público, antes passivo, passa a ser ativo e participativo, interagindo com o conteúdo e ampliando a vida útil das narrativas em diferentes plataformas. Essa perspectiva é essencial para compreender a relação entre o rádio tradicional e o podcast, pois evidencia como a lógica da convergência permitiu a reconfiguração do radiojornalismo em novas mídias digitais, preservando a oralidade e o vínculo com o ouvinte, mas em formatos mais flexíveis e acessíveis.

Bufarah (2022) acrescenta que essa convergência se manifesta, no caso dos podcasts jornalísticos, por meio de estratégias transmidiáticas que possibilitam a circulação simultânea de conteúdos em múltiplas plataformas, com diferentes níveis de aprofundamento e engajamento. Segundo o autor, essa característica torna o podcast uma extensão natural do rádio, favorecendo a diversificação de linguagens e o fortalecimento das identidades editoriais. O formato, portanto, não se reduz a um produto sonoro isolado, mas constitui parte de um ecossistema informativo mais amplo, que integra redes sociais, portais noticiosos e plataformas de streaming.

O jornalismo de nicho é outro eixo central na análise sobre o crescimento e a consolidação do podcast. D’Ávila (2014) define o jornalismo de nicho como um modelo voltado à segmentação e ao atendimento de públicos específicos, que valoriza o conteúdo especializado e o engajamento comunitário. Nesse sentido, o podcast se configura como um formato ideal, pois combina flexibilidade editorial, baixo custo de produção e alcance direcionado. A natureza on demand do podcast favorece a fidelização de públicos que buscam temas de seu interesse, promovendo uma relação mais direta e personalizada entre emissor e receptor. Lindeberg (2019) reforça esse argumento ao afirmar que a segmentação é uma das principais estratégias de sustentabilidade no jornalismo digital, permitindo que veículos e produtores independentes desenvolvam modelos de negócio sustentáveis por meio de patrocínios, assinaturas e parcerias comerciais específicas.

No contexto brasileiro, o podcast tornou-se espaço privilegiado para o jornalismo de nicho e o aprofundamento narrativo. Lisbôa (2021) e Ferraz (2020) apontam que o forma-

to oferece uma alternativa ao radiojornalismo tradicional, permitindo produções autorais, experimentais e mais reflexivas. Essas produções, ao mesmo tempo em que mantêm a credibilidade e o compromisso informativo, se diferenciam pela liberdade narrativa, pela presença do repórter como personagem e pela construção de vínculos afetivos com o público. Esse modelo reflete as premissas do New Journalism, que, segundo Lehrer (2010, p. 117-123), combina rigor informativo e elaboração estética para promover maior envolvimento emocional e cognitivo. Dessa forma, o podcast amplia o potencial do radiojornalismo ao incorporar elementos narrativos e estilísticos que o tornam mais atraente para o público contemporâneo.

O uso do storytelling nas produções jornalísticas em áudio reforça essa dimensão estética e sensorial. Viana (2021) observa que a narrativa sonora em podcasts jornalísticos combina imersividade, dramaturgia e autoria, criando uma experiência única de escuta. O ouvinte é convidado a participar emocionalmente da história, o que contribui para a retenção de audiência e para a difusão das mensagens jornalísticas em novas esferas sociais. Assim, o podcast torna-se um instrumento de construção de narrativas profundas e de grande alcance simbólico, o que o diferencia das transmissões tradicionais de rádio, frequentemente marcadas pelo imediatismo e pela linearidade informativa.

Do ponto de vista econômico, o formato podcast ainda enfrenta desafios significativos. Apesar do crescimento no investimento publicitário, modelos de monetização estáveis e replicáveis permanecem em desenvolvimento. A pesquisa Inside Audio (KANTAR IBOPE MEDIA, 2024) revela que 61% dos líderes de marketing planejam destinar parte de suas verbas a anúncios em podcasts, reconhecendo o potencial comercial do formato. No entanto, a disparidade entre grandes redes de produção e criadores independentes ainda limita a consolidação de uma estrutura de financiamento sustentável. Essa desigualdade reflete, em parte, a necessidade de maior transparência e profissionalização no mercado de podcasts, especialmente nas produções jornalísticas.

Nesse contexto, a ética jornalística torna-se um tema cada vez mais relevante. Kischinhevsky (2025) chama atenção para a necessidade de rigor ético e responsabilidade editorial nas produções de podcast, sobretudo naquelas que se apresentam como jornalísticas, mas carecem de critérios de verificação e transparência. A ausência de normas consolidadas pode comprometer a credibilidade do formato e dificultar sua consolidação como meio informativo confiável. Esse alerta reforça a importância de tratar o podcast não apenas como um produto cultural, mas como uma extensão legítima do jornalismo, sujeita aos mesmos princípios de rigor e veracidade.

Ao mesmo tempo, o crescimento da produção acadêmica sobre o tema demonstra que o podcast começa a ocupar um espaço relevante na pesquisa em comunicação. Como observou Santos (2025), o aumento das dissertações e teses sobre o formato revela o

interesse crescente dos pesquisadores brasileiros, embora o foco predominante ainda recaia sobre aplicações educacionais ou análises de recepção. Poucos estudos abordam de forma integrada as dimensões técnica, narrativa e econômica do podcast, especialmente no contexto do radiojornalismo. Essa lacuna aponta para a necessidade de investigações que articulem a tradição radiofônica às novas práticas digitais, examinando as continuidades históricas e as rupturas provocadas pela convergência midiática.

O conceito de “radiomorfose”, proposto por Baccin e Kroth (2018), é particularmente útil para compreender esse processo. Os autores descrevem a radiomorfose como a capacidade do rádio de se adaptar às novas condições tecnológicas e culturais sem perder sua identidade central. Sob essa perspectiva, o podcast representa uma das etapas mais recentes dessa metamorfose, incorporando o espírito do rádio e projetando-o em novas plataformas. O resultado é um campo comunicacional em constante expansão, que combina tradição e inovação em uma mesma lógica de produção sonora.

Jenkins (2006) observa que a convergência midiática promove a descentralização dos fluxos comunicacionais e estimula a participação ativa do público. No caso dos podcasts, essa característica se manifesta na proliferação de programas independentes, que tratam de temas sociais, políticos e culturais sob perspectivas plurais. Essa diversificação contribui para a ampliação da esfera pública e para o fortalecimento do jornalismo como prática cidadã.

Portanto, ao reunir conceitos como rádio expandido (Kischinhevsky, 2016), rádio hiper-midiático (Lopez, 2010), convergência midiática (Jenkins, 2006) e jornalismo de nicho (D’Ávila, 2014; Lindenberg, 2019), este artigo se insere em uma tradição teórica que busca compreender o podcast como fenômeno de continuidade e transformação. O formato não rompe com o rádio, mas o reposiciona dentro de um ecossistema digital caracterizado pela interatividade, pela multiplicidade de vozes e pela experimentação narrativa. Ao mesmo tempo, o crescimento das produções jornalísticas em áudio e a incorporação de elementos narrativos e comerciais demonstram que o podcast é, hoje, um dos instrumentos mais eficazes para revitalizar o radiojornalismo, preservando sua essência informativa e adaptando-o às novas dinâmicas da comunicação contemporânea.

Dessa forma, a revisão da literatura revela um panorama em expansão, mas ainda fragmentado, sobre o podcast enquanto prática jornalística. As contribuições teóricas e empíricas existentes ajudam a compreender o fenômeno em suas dimensões técnicas e culturais, mas pouco exploram sua inserção direta no campo do radiojornalismo. É justamente essa lacuna que este artigo busca preencher, ao propor uma análise integrada das transformações narrativas, econômicas e éticas do podcast enquanto ampliação do radiojornalismo de nicho. A seguir, o referencial teórico aprofundará os conceitos que sustentam essa análise, evidenciando as relações entre convergência midiática, narrativa sonora e inovação jornalística.

2. Referencial teórico

O podcast surge no cenário midiático como uma extensão das práticas do radiojornalismo tradicional, articulando-se às transformações culturais e tecnológicas que marcam o contexto da convergência midiática (Jenkins, 2006). Essa convergência representa um ponto de inflexão nas rotinas produtivas e nos modos de consumo de informação, em que a audiência deixa de ser apenas receptora para assumir um papel ativo na mediação e redistribuição de conteúdos. Nesse ambiente, o rádio encontra novas formas de expressão e permanência, e o podcast desponta como resultado de sua capacidade de adaptação às lógicas digitais, mantendo a oralidade, a escuta e o vínculo emocional como elementos centrais da narrativa sonora.

A partir da perspectiva de Jenkins (2006), o conceito de convergência midiática permite compreender o podcast como parte de um processo histórico de integração entre antigos e novos meios, no qual o rádio não desaparece, mas se reinventa. Para Baccin e Kroth (2018), o fenômeno da “radiomorfose” ilustra exatamente esse movimento de resignificação, em que as tecnologias digitais e o consumo sob demanda possibilitam a manutenção de uma identidade radiofônica, ainda que em novas plataformas e formatos. Assim, o podcast se consolida como produto híbrido: combina a instantaneidade e a credibilidade do rádio com a profundidade e a flexibilidade narrativa típicas das mídias digitais.

O caráter jornalístico do podcast, segundo Sant’Anna (2008), herda do rádio a função de informar e de mediar acontecimentos sociais, mas se diferencia pela possibilidade de experimentação de formatos e pela liberdade editorial que o meio digital oferece. Ao mesmo tempo, a escuta sob demanda redefine a relação entre tempo, narrativa e audiência. Enquanto o rádio tradicional opera dentro de uma lógica linear e imediata, o podcast permite a construção de temporalidades múltiplas — onde o ouvinte controla o ritmo de consumo, e o jornalista amplia as possibilidades de narrativa.

Lisboa (2021) reforça que o crescimento dos podcasts jornalísticos no Brasil está associado à busca por narrativas mais aprofundadas e segmentadas, que dialogam com públicos específicos e temas especializados — o chamado **jornalismo de nicho** (Jarvis, 2009; D’Ávila, 2014). Essa tendência representa um deslocamento da lógica de massa para uma lógica de comunidades, em que a relevância se constrói a partir da proximidade temática e da identidade compartilhada entre produtor e público. Nesse sentido, o podcast amplia o radiojornalismo ao torná-lo mais pessoal, relacional e participativo, sem romper com sua essência informativa.

A dimensão econômica também é relevante para compreender essa ampliação. A PodPesquisa (Associação Brasileira de Podcasters [ABPOD], 2021) demonstra o avanço do setor no Brasil, tanto em número de ouvintes quanto na profissionalização de produtores e

jornalistas. Já o levantamento da Kantar Ibope Media (2024) evidencia que o consumo de áudio digital, especialmente em formato podcast, cresce de forma acelerada, consolidando o meio como um importante espaço de monetização e visibilidade para o jornalismo. Entretanto, como observa Ferraz (2020), o desenvolvimento sustentável desses produtos ainda depende de modelos econômicos diversificados, capazes de equilibrar a independência editorial com a necessidade de financiamento — desafio semelhante ao enfrentado historicamente pelo rádio.

Ao discutir o papel do rádio e do podcast como meios complementares, Saccol (2019) argumenta que ambos compartilham uma matriz pedagógica e comunicacional que valoriza a oralidade, o ritmo e a proximidade com o ouvinte. A escuta torna-se, portanto, não apenas uma experiência técnica, mas uma dimensão afetiva e cognitiva do jornalismo sonoro. O rádio e o podcast coexistem dentro de um mesmo campo simbólico e narrativo, e é justamente essa coexistência que reforça a ideia de ampliação: o podcast prolonga a experiência radiofônica para novas plataformas, contextos e públicos, mantendo seu valor histórico como meio de informação e memória.

Dessa forma, o referencial teórico que sustenta este estudo parte da compreensão do podcast como uma etapa de expansão do radiojornalismo, articulada por três eixos principais: (1) a **convergência midiática** e as novas práticas de produção e consumo (Jenkins, 2006); (2) a **reconfiguração narrativa** e a valorização do jornalismo de nicho (Lisboa, 2021; Jarvis, 2009; D'Ávila, 2014); e (3) a **manutenção da identidade sonora e da função social** do rádio no ambiente digital (Sant'Anna, 2008; Baccin & Kroth, 2018; Ferraz, 2020; Saccol, 2019). Esses eixos dialogam entre si e constituem a base conceitual para a interpretação dos resultados apresentados no artigo, que buscam demonstrar como o podcast amplia — e não substitui — o radiojornalismo, reafirmando seu papel histórico e cultural no ecossistema comunicacional contemporâneo.

3. Metodologia

A metodologia adotada nesta pesquisa é de natureza **qualitativa** e **exploratória**, fundamentada na análise de produções jornalísticas em formato de podcast e na escuta de profissionais atuantes no campo do jornalismo sonoro. A escolha dessa abordagem decorre da necessidade de compreender, em profundidade, os processos narrativos e estruturais que configuram o podcast como uma ampliação do radiojornalismo. Conforme Minayo (2012), a pesquisa qualitativa busca compreender os fenômenos a partir de sua complexidade, levando em conta significados, práticas e contextos simbólicos — perspectiva essencial para o estudo das transformações culturais e midiáticas.

O estudo foi delineado segundo os princípios da **pesquisa exploratória**, voltada à identificação de padrões e tendências que emergem em novos formatos comunicacionais (Gil, 2008). Tal característica permite a construção de um panorama interpretativo sobre como o podcast vem reconfigurando as práticas radiojornalísticas, sem a pretensão de quantificar fenômenos, mas de interpretá-los de modo crítico.

Para alcançar os objetivos propostos, a metodologia combinou três procedimentos principais:

- (1) **análise de conteúdo** de produções jornalísticas em formato de podcast, com foco em aspectos narrativos, estruturais e temáticos;
- (2) **entrevistas semiestruturadas** com especialistas e profissionais do setor; e
- (3) **análise bibliográfica** de obras que fundamentam a discussão teórica sobre rádio, convergência midiática e jornalismo de nicho.

A **análise de conteúdo**, segundo Bardin (2011), permite identificar categorias recorrentes, sentidos e modos de representação no discurso midiático. Essa técnica foi aplicada à observação de programas jornalísticos em áudio produzidos por veículos e profissionais que representam diferentes perspectivas do podcast brasileiro. A análise privilegiou elementos como estrutura narrativa, uso da linguagem sonora, identidade editorial e estratégias de engajamento com o público.

As **entrevistas semiestruturadas** foram realizadas com três profissionais reconhecidos no campo do jornalismo sonoro e da produção de podcasts: os jornalistas **Luciano Potter** e **Rodrigo Alves**, e o produtor **Gustavo Passi**. As entrevistas buscaram compreender a percepção desses profissionais sobre as transformações do radiojornalismo e a consolidação do podcast como espaço de autonomia e experimentação jornalística. As conversas foram conduzidas de forma remota, gravadas e posteriormente transcritas, permitindo a análise de conteúdos recorrentes e divergentes entre os entrevistados.

Além disso, foi conduzida uma **revisão bibliográfica sistemática** das principais obras e artigos acadêmicos sobre rádio, podcast e jornalismo digital, abrangendo autores nacionais e internacionais. Essa revisão fundamenta a interpretação dos dados e permite relacionar as observações empíricas com conceitos consolidados, como os de **convergência midiática** (Jenkins, 2006), **radiomorfose** (Baccin & Kroth, 2018) e **jornalismo de nicho** (Jarvis, 2009; D'Ávila, 2014).

O processo metodológico adotado busca, portanto, articular teoria e prática, permitindo que as análises de conteúdo e as entrevistas sejam interpretadas à luz do referencial teórico. Essa triangulação metodológica — que combina a observação empírica com a reflexão conceitual — assegura a consistência e a validade da pesquisa, conforme defen-

de Yin (2015) ao tratar da importância da coerência entre método e objeto de estudo em investigações aplicadas.

Por fim, destaca-se que esta pesquisa não pretende generalizar resultados, mas contribuir com uma leitura analítica sobre a ampliação do radiojornalismo no ambiente digital, a partir do podcast enquanto fenômeno narrativo, tecnológico e cultural. O método qualitativo, aplicado a partir de fontes empíricas e teóricas complementares, busca oferecer uma compreensão integrada do papel do podcast na evolução das práticas radiofônicas, consolidando-o como extensão significativa do jornalismo sonoro contemporâneo.

4. Resultados e discussão

Nesta seção, apresentam-se, interpretam-se e discutem-se os dados coletados, evidenciando as transformações e implicações do uso do formato podcast no contexto do radiojornalismo de nicho. A análise considera os aspectos da convergência midiática, o fortalecimento do jornalismo de nicho, as inovações narrativas promovidas pelo podcast, bem como seus impactos econômicos e culturais.

4.1. *Convergência midiática e expansibilidade do radiojornalismo*

A convergência midiática emerge como um elemento central na ampliação do radiojornalismo, integrando-o a múltiplas plataformas digitais e modificando a relação entre produtor e audiência. A migração do conteúdo tradicional para o formato podcast permite a superação das limitações temporais e geográficas do rádio convencional, abrindo espaço para o consumo personalizado e sob demanda. Tal fenômeno está alinhado às concepções de Jenkins (2006), que defende a convergência como um processo multidimensional que envolve avanços tecnológicos, mudanças econômicas e transformações culturais, impactando decisivamente a forma como o público interage com os conteúdos midiáticos.

O estudo de caso do programa *Timeline Gaúcha* reforça essa ideia, mostrando como a combinação da transmissão ao vivo com a disponibilização online em formato podcast amplifica significativamente o acesso e permite que o conteúdo seja revisitado e redistribuído, configurando um ecossistema midiático híbrido e dinâmico. Além disso, essa convergência impulsiona um novo perfil de audiência, mais ativa e participativa, que não está mais limitada ao consumo linear, mas que se envolve com conteúdos à sua conveniência, favorecendo relações mais duradouras e fidelizadas com os veículos de comunicação.

4.2. Jornalismo de nicho fortalecido pelo podcast

O podcast destaca-se como um veículo poderoso para o fortalecimento do jornalismo de nicho, que se orienta para públicos específicos, sedentos por conteúdo aprofundado e relevante às suas particularidades. As características do formato, como a flexibilidade na produção, o custo relativamente baixo e a facilidade de distribuição, permitem que produtores independentes ou veículos pequenos ofereçam conteúdos especializados que dificilmente encontrariam espaço nos meios tradicionais.

Conforme observa D'ávila (2014), o jornalismo de nicho favorece a construção de comunidades coesas em torno de interesses comuns, promovendo não apenas o engajamento, mas também a sustentabilidade financeira através de modelos alternativos, como assinaturas, apoios e publicidade segmentada. O crescimento expressivo do número de podcasts direcionados a temas específicos corrobora essa tendência, demonstrando como o público valoriza a profundidade e a singularidade das narrativas oferecidas.

Nesse cenário, os podcasts possibilitam um diálogo mais direto e intimista com suas audiências, sem os filtros das grandes mídias, o que se apresenta como diferencial substancial para a captação e manutenção de ouvintes. O jornalismo de nicho, assim, ganha espaço no panorama midiático brasileiro como uma alternativa inovadora e cada vez mais relevante para a diversificação da oferta e para a renovação dos formatos jornalísticos.

4.3. Transformações narrativas e linguísticas no formato podcast

As narrativas jornalísticas em podcast apresentam significativas transformações, sobretudo pelo emprego do storytelling, que cria uma experiência mais envolvente e emocional para o ouvinte. As técnicas narrativas adotadas exploram a combinação de roteiro detalhado, edição sonora e recursos de voz para ampliar o impacto da mensagem e garantir maior retenção da informação.

Lehrer (2010, pp. 117–123) destaca que a construção de narrativas complexas e bem estruturadas favorece a compreensão e estabelece vínculos afetivos — dois elementos cruciais para o êxito das produções em áudio. Esse avanço contrasta com o perfil tradicional do rádiojornalismo, pautado em transmissões ao vivo, mais imediatas e com menor margem para elaboração prévia, evidenciando uma evolução da linguagem e da forma de produção jornalística.

Além disso, ao incorporar elementos do New Journalism, os podcasts conseguem aliar o rigor informativo à dimensão estética, usando recursos que aproximam o conteúdo do formato literário e audiovisual. Isso não só torna as reportagens mais atraentes, mas também

amplia o potencial educativo e comunicativo do formato, contribuindo para a sua consolidação enquanto mídia relevante no cenário contemporâneo.

4.4. Aspectos econômicos e culturais do podcast

Sob o ponto de vista econômico, o podcast surge como uma oportunidade promissora, ainda que desafiante, para a geração de receita no ambiente midiático atual. Casos como o do Podpah evidenciam o potencial de mercado e a crescente atenção dos anunciantes que buscam formatos inovadores e públicos qualificados para veiculação de suas campanhas.

Apesar da ainda pseudo-incipiência de modelos completamente consolidados, o aumento do investimento publicitário e o desenvolvimento de patrocínios e assinaturas indicam uma trajetória positiva para o formato, que alia potencial comercial à construção de marcas e comunidades engajadas. Essa realidade abre caminhos para a profissionalização e sustentabilidade dos produtores de conteúdo, refletindo alterações nos modelos tradicionais de financiamento da mídia.

Culturalmente, o podcast contribui para democratizar o acesso à informação e diversificar a representatividade no jornalismo. O meio favorece a inclusão de vozes emergentes e a exploração de temas negligenciados pelos grandes veículos, promovendo um intercâmbio cultural que fortalece a pluralidade. A ampliação do acesso sob demanda permite que os ouvintes escolham conteúdos alinhados a seus interesses e valores, o que reforça a importância social do formato e sua capacidade de se adaptar às transformações tecnológicas e sociais.

Conclusões

O aprofundamento sobre o papel do podcast como uma proposta de ampliação do rádiojornalismo de nicho revela que esse formato não apenas dialoga diretamente com as características históricas e culturais do rádio, mas também promove uma verdadeira renovação do campo jornalístico. A migração progressiva do consumo sonoro para plataformas digitais e sob demanda representa uma evolução natural da comunicação sonora, alinhada às transformações tecnológicas e comportamentais da sociedade contemporânea (Jenkins, 2006; Scolari, 2013).

Historicamente, o rádio moldou práticas e hábitos de consumo de conteúdo durante mais de um século, consolidando-se como um meio de comunicação que dialogava profundamente com a oralidade, a escuta ativa e a proximidade emotiva com seu público (Potter, 2024). A emergência do podcast, embora recente em termos globais e particularmente

no Brasil, carrega essa tradição e a expande, aproveitando as oportunidades abertas pela convergência midiática. Este fenômeno reconfigura o radiojornalismo por meio da flexibilização das narrativas, da segmentação de público e da inserção em distintas plataformas, mas mantém sua essência de jornalismo sonoro atento, próximo e relevante (Jenkins, 2006; Dávila, 2014).

A relevância do podcast independe da ideia de substituição dos meios tradicionais, como o rádio, mas sim da coexistência e complementaridade. O podcast oferece vantagens específicas, como maior liberdade editorial, possibilidade de aprofundamento temático e interação mais direta com o público nichado, respondendo às demandas de uma audiência que valoriza a especialização, a autenticidade e o engajamento prolongado (Alves, 2024). Essa diversidade de funções confere ao podcast um papel de protagonista para o jornalismo de nicho, agregando valor tanto para produtores independentes quanto para grandes emissoras (Passi, 2024).

A análise das narrativas e dos processos produtivos, baseada nas experiências de profissionais reconhecidos como Rodrigo Alves, Luciano Potter e Gustavo Passi, destaca que a construção de storytelling é fundamental para captar e reter a atenção dos ouvintes. O uso inteligente das técnicas narrativas, somado a uma produção técnica cuidadosa, resulta em produtos sonoros que ultrapassam os limites da mera informação para conquistar o público por meio de imersão e emoção (Alves, 2024; Potter, 2024).

Os desafios econômicos, embora ainda presentes, não são impeditivos para o crescimento do podcast como modelo de produção jornalística. A monetização por meio de publicidade segmentada, assinaturas e parcerias demonstra que existe um mercado pujante e em expansão, o qual ainda possui vasto espaço para inovação e amadurecimento (Potter, 2024). O cenário econômico digital impõe, contudo, a necessidade contínua de adaptação e profissionalização, preservando a independência editorial e a qualidade do conteúdo.

Culturalmente, o podcast fortalece trajetórias de democratização do acesso à informação, inclusão de diversas vozes e ampliação da pluralidade narrativa, contrapondo-se a monopólios midiáticos e promovendo a integração da audiência como agente ativo na construção e disseminação do conteúdo (Dávila, 2014; Jenkins, 2006). Esse aspecto social e simbólico é um dos elementos que torna o podcast atraente tanto para produtores quanto para ouvintes, consolidando-o como espaço de experimentação, debate e formação social.

Perspectivas para o futuro

O futuro do podcast, especialmente no âmbito do jornalismo de nicho e do radiojornalismo, revela uma série de possibilidades promissoras aliadas a desafios que demandam

atenção estratégica, técnica e ética (Potter, 2024). O crescimento acelerado no consumo digital e a expansão das redes de distribuição indicam que o podcast continuará a ganhar importância como ferramenta de comunicação popular, dono de uma linguagem própria que harmoniza tradição e inovação (Alves, 2024).

Primeiramente, a consolidação do podcast como mídia predominante no consumo de áudio digital será alimentada pela democratização tecnológica, com avanços em acessibilidade, qualidade de conexão e dispositivos móveis (Kantar Ibope, 2024). Essa expansão será acompanhada do desenvolvimento de ferramentas inteligentes, incluindo algoritmos de recomendação baseados em inteligência artificial, que permitirão a oferta de conteúdos ainda mais personalizados, elevando o engajamento e a satisfação do público (Scolari, 2013).

Além disso, perspectivas de incorporação de elementos multimodais — onde áudio, vídeo, texto e redes sociais atuem conjuntamente — deverão dar origem a formatos transmedia cada vez mais sofisticados, reforçando o caráter participativo e colaborativo do jornalismo digital (Jenkins, 2006; Gomez, 2010; Potter, 2024). Isso implica uma crescente integração entre plataformas e a necessidade de profissionais capazes de navegar de forma multidisciplinar, ajustando narrativas para públicos variados e espaços diversificados.

Por outro lado, o amadurecimento econômico desse mercado passa por desafios estruturais, principalmente relacionados à diversificação dos modelos de financiamento e à manutenção da autonomia editorial diante do interesse comercial crescente (Passi, 2024). A profissionalização dos produtores, assim como a transparência nos processos financeiros e publicitários, serão elementos chave para garantir sustentabilidade e credibilidade (Potter, 2024).

A ética jornalística, a qual sempre deve nortear a prática, torna-se ainda mais relevante nesse contexto marcado por múltiplas vozes, práticas independentes e graus variados de conhecimento e responsabilidade. Estruturas de verificação e práticas editoriais rigorosas deverão ser valorizadas para evitar a proliferação de informações incorretas ou tendenciosas, assegurando o papel social do podcast enquanto formador de opinião e agente democratizador (Dávila, 2014).

No âmbito cultural e social, a expansão do podcast está intrinsicamente ligada à ampliação da diversidade e da representatividade dentro do jornalismo (Alves, 2024). A inclusão de diferentes narrativas, línguas, comunidades e perspectivas fortalece a dinâmica democrática da mídia, fomentando o diálogo e contribuindo para a construção de uma compreensão mais ampla e plural das realidades contemporâneas (Jenkins, 2006).

Em paralelo, programas direcionados a públicos específicos evidenciam o potencial do podcast para fortalecer identidades culturais e oferecer um espaço para temas que cos-

tumam ser negligenciados nos grandes meios (D'ávila, 2014). Essa característica amplia as possibilidades de formação crítica e de engajamento social, alinhando o formato às demandas de uma sociedade cada vez mais complexa e interconectada (Potter, 2024).

A formação e capacitação dos profissionais do áudio digital devem acompanhar esse crescimento, com a necessidade de incluir no currículo acadêmico e na prática profissional conhecimentos sobre produção técnica, design de conteúdos, gestão de projetos e análise de audiência digital (Alves, 2024). Esse investimento em recursos humanos prepara o terreno para a inovação constante e a adaptação às transformações rápidas no consumo de mídia.

Em síntese, o podcast consolida-se como elemento central na evolução do radiojornalismo e do jornalismo de nicho, atuando como potência amplificadora de voz, narrativa e engajamento. Seu futuro aponta para um cenário de crescimento, inovação, pluralidade e consolidação, no qual coexistirão as tradições do rádio com as possibilidades ilimitadas da comunicação digital, compondo uma nova era da informação sonora, participativa e conectada.

Referências bibliográficas

- Alcântara de Paula Souza, L. E. (2024). *Radiojornalismo e podcast: uma proposta de ampliação para o jornalismo de nicho*. *Jornal Comunicação UFPR*. <https://jornalcomunicacao.ufpr.br/radiojornalismo-e-podcast-uma-proposta-de-ampliacao-para-o-jornalismo-de-nicho/>
- Alves, R. (2024). *Vida de Jornalista* [Podcast]. <https://jornalcomunicacao.ufpr.br/radiojornalismo-e-podcast-uma-proposta-de-ampliacao-para-o-jornalismo-de-nicho/>
- Associação Brasileira de Podcasters (ABPOD). (2021). *PodPesquisa 2020/2021: Panorama do consumo e produção de podcasts no Brasil*. <https://abpod.com.br/podpesquisa-2021/>
- Baccin, A., & Kroth, D. C. (2018). *As transformações no radiojornalismo no ecossistema móvel: uma radiomorfose possível*. *Comunicação & Inovação*, 41(1), 1–19. <https://doi.org/10.13037/ci.vol19n39.5032>
- Bufarah Jr., Á. (2022). *Radiojornalismo e identidade editorial em podcasts informativos*. *Radiofonias*, 23(1), 1–20. <https://doi.org/10.63234/radiofonias.v13i3.6545>
- Câmara dos Deputados. (2023, setembro 7). *Em 7 de setembro de 1922 houve a primeira transmissão de rádio no Brasil*. Rádio Câmara. <https://www.camara.leg.br/radio/programas/935450-em-7-de-setembro-de-1922-houve-a-primeira-transmissao-de-radio-no-brasil/>
- D'Ávila, A. (2014). *Jornalismo de nicho: estratégias de segmentação*.
- Ferraz, L. (2020). *Podcast e radiojornalismo: uma aproximação entre a mídia formal e as novas experiências de produção e escuta*. *Novos Olhares*, 14(2), 1–16 <https://doi.org/10.11606/issn.2238-7714.no.2020.166393>
- Jarvis, J. (2009). *What would Google do?* HarperCollins.

- Jenkins, H. (2006). *Cultura da convergência* (M. R. L. B. Ribeiro, Trad.). Aleph. (Obra original publicada em 2006)
- Kantar Ibope Media. (2024). *Inside Radio 2024: Panorama do consumo de rádio e áudio digital no Brasil*. <https://www.kantaribopemedia.com/>
- Kantar Ibope Media. (2024). *Pesquisa especial Inside Audio 2024*. Kantar. <https://www.kantaribopemedia.com/>
- Kischinhevsky, M. (2016). *Cultura do podcast: reconfigurações do rádio expandido*. Editora UFRJ.
- Kischinhevsky, M. (2025). *Podcast narrativo de não ficção é jornalismo ou apenas comunicação?* LatAm Journalism Review. <https://latamjournalismreview.org/>
- Lehrer, J. (2010). *How we decide*. Houghton Mifflin Harcourt.
- Lindeberg, J. (2019). *Estratégias de monetização no jornalismo digital*. Media XXI.
- Lopez, D. C. (2010). *Radiojornalismo hipermidiático: tendências e perspectivas do jornalismo de rádio all news brasileiro em um contexto de convergência tecnológica* [Tese de doutorado, Universidade Federal da Bahia]. <https://repositorio.ufba.br/>
- Lisboa, J. (2021). *O Singular: Um podcast sobre a ascensão dos podcasts jornalísticos no Brasil* [Trabalho de conclusão de curso, Universidade Federal de Santa Maria]. Repositório UFSM. <https://repositorio.ufsm.br/>
- Lisbôa, S. (2021). *Podcast jornalístico: análises de formatos e estratégias narrativas* [Dissertação de mestrado, Universidade de São Paulo]. <https://repositorio.usp.br/>
- Passi, G. (2024). *Estúdio Voz* [Podcast]. <https://jornalcomunicacao.ufpr.br/radiojornalismo-e-podcast-uma-proposta-de-ampliacao-para-o-jornalismo-de-nicho/>
- Potter, L. (2024). *Potter Entrevista* [Podcast]. <https://jornalcomunicacao.ufpr.br/radiojornalismo-e-podcast-uma-proposta-de-ampliacao-para-o-jornalismo-de-nicho/>
- Saccol, A. (2019). *Do radiojornalismo ao podcast – análise de uma experiência de ensino no curso de jornalismo da PUCRS*. Anais do Intercom Sul, 21, 1–12. <https://www.portalintercom.org.br/anais/sul2019/resumos/R65-1534-1.pdf>
- Sant’Anna, F. (2016). *Radiojornalismo no Brasil: um jornalismo sem jornalistas*. Libero, n. 22, p. 75-92. <https://seer.casperlibero.edu.br/index.php/libero/article/view/564>
- Santos, D. do N. (2025). *O podcast nas dissertações brasileiras: metodologias aplicadas em 21 anos*. Chasqui, 159, 257–278. <https://revistachasqui.org/>

Serviço Público de Media em transição: Missão, valores e desafios em tempos de novas plataformas

Isabel Correia

Universidade do Minho

isabel.correia@rtp.pt

<https://orcid.org/0000-0002-8101-0010>

Aline Veroneze

Universidade do Minho

averonezereporter@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0001-5734-3360>

Resumo: Este estudo tem como **tema** a evolução do Serviço Público de Media (SPM) no contexto internacional, com foco nos seus valores, objetivos e desafios face às transformações tecnológicas, políticas e sociais das últimas décadas. O **objetivo** é compreender como o SPM adaptou-se, desde o modelo europeu fundado na tríade reithiana (informar, educar e entreter) até os novos paradigmas mediados pelas plataformas digitais. A **metodologia** baseia-se em uma revisão teórica e histórica de literatura, com ênfase em autores europeus e documentos institucionais que abordam a construção, consolidação e reformulação do SPM. O estudo adota uma abordagem qualitativa, de caráter analítico-descritivo, a partir de referenciais teóricos sobre políticas de comunicação, gestão pública e cultura digital. Os **resultados** apontam para três momentos marcantes na trajetória do SPM: o monopólio estatal e paternalista, a convivência concorrencial com o setor privado, e a transição atual para um modelo de Serviço Público de Plataforma (SPP). Este último exige a redefinição dos seus valores centrais (qualidade, diversidade, identidade cultural, independência) incorporando também novos critérios de avaliação como o envolvimento emocional do público e a criação de valor público. **Conclui-se** que o SPM enfrenta o desafio de manter sua relevância num ecossistema mediático dominado por plataformas globais e lógicas de mercado. Para isso, deve recentrar-se nos cidadãos, tornando-se mais participativo, transparente e responsivo. A adoção do conceito de valor público surge como estratégia para legitimar seu papel social e político na era digital, a garantir o cumprimento da sua missão em novos contextos.

Palavras-chave: História do Serviço Público de Media; Rádio e Televisão Pública; Modelos de Media na Europa e EUA; Transformação digital

Introdução

O Serviço Público de Media (SPM) tem sido, desde os seus primórdios, uma expressão institucional do compromisso do Estado com a informação, a educação e o entretenimento dos cidadãos. Originado em contextos de reconstrução social e fortalecimento democrático, especialmente na Europa do pós-guerra, o SPM consolidou-se com base em valores como universalidade, pluralismo, independência e qualidade. No entanto, nas últimas décadas, esse modelo enfrenta um processo profundo de transformação, impulsionado pela liberalização do setor, pela emergência de operadores comerciais e, mais recentemente, pela plataformação dos media digitais.

Este trabalho propõe uma análise do percurso histórico do SPM no cenário internacional, com foco nos seus objetivos e valores fundadores, e nas formas como estes têm sido tensionados e ressignificados diante das mudanças tecnológicas, económicas e culturais. A partir de uma revisão teórica e documental, procura-se compreender de que forma o SPM tem buscado atualizar a sua missão no ambiente digital, mantendo sua relevância pública e o compromisso com a cidadania informada.

Ao revisitar modelos históricos como o britânico, baseado na tríade reithiana “informar, educar e entreter”, e ao analisar os desafios impostos pelas novas dinâmicas das plataformas digitais e redes sociais, a investigação aponta caminhos possíveis para a adaptação do SPM. Destaca-se, nesse contexto, o conceito de “valor público” como elemento estratégico na redefinição de sua legitimidade e função social.

1. Estado da questão

A transição para o ambiente digital e, mais recentemente, a plataformização, representam um novo e complexo conjunto de desafios. As plataformas digitais, como redes sociais, agregadores de notícias e serviços de streaming, reconfiguram fundamentalmente as lógicas de produção, distribuição e consumo de conteúdos. Elas introduzem novos intermediários, algoritmos de curadoria e modelos de negócio baseados em dados e publicidade, que colidem com os princípios tradicionais do SPM. A discussão sobre “public service media” (PSM) reflete a tentativa de adaptar o conceito de serviço público a um ecossistema mediático convergente e multiplataforma, onde a distinção entre radiodifusão e outras formas de media se esbate.

Neste contexto, o debate centra-se na capacidade do SPM de manter a sua relevância e cumprir a sua missão em ambientes dominados por lógicas comerciais e algorítmicas. Questões como a dependência de plataformas de terceiros, a fragmentação das audiências, a proliferação de desinformação e a necessidade de inovação tecnológica tornam-se centrais.

Surge também o conceito de “serviço público de plataforma” (PPS), que explora a possibilidade de o SPM não apenas operar nas plataformas, mas também desenvolver as suas próprias plataformas com uma lógica de serviço público. A literatura recente tem explorado as tensões entre os valores tradicionais do SPM e as dinâmicas da plataformização, procurando caminhos para a sua adaptação e ressignificação (Bruns, 2019; Napoli, 2019).

2. Referencial teórico

Ao longo das últimas cinco décadas, são vários os autores a desenvolver estudos, particularmente ao nível da academia europeia, com o intuito de caracterizar o SPM.

Há uma assunção entre os historiadores dos media de que o rádio foi o progenitor da televisão, em termos técnicos, funcionais, de organização e de atividade. As maiores descobertas tecnológicas sobre rádio ocorreram na Europa, no sec. XIX, mas foi nos Estados Unidos da América que, nomeadamente a partir dos anos 20 do século passado, as operações de desenvolvimento da comunicação de massa cresceram substancialmente, numa lógica de iniciativa privada (Lopes, 1999).

Cayrol (1991) explica que os responsáveis pela estruturação da radiodifusão nos Estados Unidos foram entidades privadas, que atuavam num contexto de total liberalismo económico. Neste ambiente de lógica exclusivamente comercial, a operação de televisão descontrolou-se, apesar de consideráveis esforços em termos de regulação, quer no que diz respeito à distribuição das frequências para as novas emissoras, quer quanto à criação e à gestão de conteúdos (Carvalho, 2009).

Em 1969, foi criado o *Corporation for Public Broadcasting*, encarregado de gerir e planear o que foi nomeado *Public Broadcasting Service* (PBS), a organizar um conjunto de estações de televisão em rede, instaurando uma programação com maior ênfase cultural e educativa. Entretanto, de caráter tão elitista que, ainda hoje, tem um impacto reduzido no cenário audiovisual americano.

Na Europa Ocidental, a emissora britânica BBC é símbolo e referente do nascimento e dos primeiros passos da rádio e da televisão. Foi a partir da sua atividade que nasceu a primeira conceptualização da missão do Serviço Público Audiovisual, hoje, SPM, chamada tríade reithiana¹: “informar, educar e entreter” (Goodwin & Whannel, 2005). Inicialmente aplicado exclusivamente às emissões de rádio, esse ideal ajustou-se à televisão, uma década depois, a fim de garantir a qualidade nos programas.

Donders (2019) explica que “o adágio reithiano” “informar, educar e entreter” e o modelo da BBC espalharam-se por toda a Europa (ou pelo menos parte dela) entre as décadas de 1930 e 1960” (2019, p. 43). O PSB funcionava essencialmente vocacionado para educar “abrindo novos horizontes e experiências para aqueles a quem, de outra forma, seriam negados” (Murdock, 2005, p. 178).

¹ Esta expressão deve-se ao engenheiro escocês, David Reith que foi o primeiro diretor-geral da BBC e que viria a ter muita influência na evolução desta empresa.

Se na Europa a televisão nasceu ligada ao serviço público, estando a este profundamente enraizado, nos Estados Unidos o setor público apresenta uma expressão irrisória, quando comparada com o setor privado. Trata-se de um processo semelhante ao que ocorreu décadas antes, com a radiodifusão (Lopes, 1999). Claramente, a estrutura dos modelos de televisão nos dois continentes é diferente na caracterização essencial, no modelo, desde sua gênese (Blumler, 1992).

No contexto de monopólio televisivo, com a Europa a reerguer-se após as duas guerras mundiais, a enfrentar os desafios da recuperação económica, social e política, desenvolveu-se um perfil interventivo do Estado no que se refere à gestão dos serviços públicos em geral: o Estado Protetor, o Estado Educador, o Estado Providência. “É no seio deste Estado Providência que nasce, em terreno europeu, a força dos Serviços públicos, expressão da atividade prestacional da Administração com o fim de proporcionar o bem-estar dos cidadãos” (Anjos, 2011, p. 4).

Essa mudança de perspectiva contribuiu para criar um ambiente em que o interesse dos públicos estivesse no centro das atividades, como aponta Chevallier:

(...) ajudou a fortalecer uma visão diferente do Estado. Instituído até então como instância superior, dotado de um incondicional poder, o Estado passa a colocar-se sob um estatuto de subordinação, posto ao serviço dos cidadãos. A sua função passa a ser, a de proporcionar as condições para o desenvolvimento da solidariedade social Chevallier (1994, p. 18).

As experiências europeias nesta transição, em boa parte, deveram-se ao desenvolvimento económico vigoroso deste continente, assim como das tecnologias associadas à produção e distribuição televisiva: a cor; o UHF; o videogravador; a utilização dos satélites; a implementação do cabo, entre outros. Esta evolução tecnológica promoveu a qualidade dos conteúdos; o incremento dos horários de emissão e a multiplicação de canais, assim como o intercâmbio de programas e de notícias num contexto internacional e até intercontinental.

Os operadores de serviços públicos europeus que emitiam, em termos médios, de duas a três mil horas anuais, nos anos 70, atingiram um mínimo de 7500 horas de emissão, por ano, na década de 90 (Bustamante, 2008). Com a proliferação de operadores comerciais, o aumento significativo de canais e o alargamento de horários, o recurso à publicidade torna-se essencial. A televisão passa a ser uma indústria: ganha projeção e influência social.

É precisamente neste contexto de crescimento que surgem os “segundos” canais generalistas, de âmbito nacional, em quase todos os países da Europa ocidental, por exigência de públicos com gostos mais eruditos e exigentes do ponto de vista cultural. Outro fenómeno

generalizado em quase todos os países europeus foi a criação de canais regionais, os “terceiros” canais, que refletiam um perfil descentralizador e a valorização da identidade cultural das várias regiões dos referidos países. No entanto, este fenómeno regionalista do terceiro canal não aconteceu em Portugal (Carvalho, 2009).

A televisão e a radiodifusão são consideradas matérias de interesse público. São objeto de uma gestão concedida ao poder político, tendo em conta várias justificações: técnicas, refletindo a escassez de frequências e a necessidade da sua gestão no espectro eletromagnético; económicas, justificadas pelos elevados custos de produção (nomeadamente da televisão) e de implantação de infraestruturas. Porém, e segundo Giuseppe Richeri (1994), serão determinantes as razões sociais e políticas, como a necessidade dos vários governos europeus de promover políticas de coesão social, de estimular públicos através de informação e educação em geral e até em determinados casos justificar a utilização do Serviço Público de Televisão (SPT) para fins de propaganda interna.

Aliás, este monopólio paternalista era absolutamente coerente com a concepção de Estado Social nascida após a segunda guerra, em que a garantia de acesso à saúde, à educação, à protecção social e à cultura se estenderia também à televisão pública, entendida como um espaço de pedagogia e de divulgação cultural (Carvalho, 2009, p. 15).

Concebe-se um serviço público de radiodifusão, na maioria dos países da Europa, que Henrique Bustamante descreve do seguinte modo:

(...) um modelo específico de televisão estatal de serviço público, caracterizado por objectivos pedagógicos de oferta de programas, com um financiamento predominantemente realizado por intermédio de um imposto ad hoc (a taxa) e por uma relativa mas progressiva autonomização da sua gestão face aos governos (Bustamante, 2008, p. 31).

O que vários autores designam de sistema dual, a convivência entre um serviço público e operadores comerciais, determinou o fim do monopólio do SPT, entre as décadas de 70 a 90, em praticamente toda a Europa ocidental.

A partir de 1980, vê-se enfraquecer a tríade reithiana construída no ambiente mediático da BBC, na sequência de políticas neoliberais na Europa que fizeram crescer um cenário concorrencial de organizações de media privadas. As políticas na União Europeia e dos países membros favoreceram o mercantilismo face aos valores culturais e à essência da vida pública. Verificou-se um acelerar da convergência com o desenvolvimento tecnológico da indústria de produção e distribuição audiovisual que provocou alterações profundas nos públicos e no SPM.

A liberalização da comunicação de massas nos países ocidentais, num regime de concorrência aberta com privados, obrigou o SPM a lutar pela primeira vez pela atenção do público. As mudanças no contexto histórico, político, tecnológico e económico, em particular nos países da União Europeia, geraram profundas alterações nos valores que informam o SPM (Baldini et al, 2021).

O desenvolvimento do cabo proporcionou estruturas que foram fundamentais para a instauração da internet, como destaca Carvalho (2009): “A digitalização das redes de cabo, iniciada nos principais países europeus a partir de 1996, tornou-se indispensável para lhes permitir concorrer não só no domínio dos serviços de televisão, mas igualmente das comunicações telefónicas e da Internet” (2009, p. 185).

A terceira mudança de paradigma ocorre com o surgimento e a popularização dos sites de redes sociais *online* e a consequente plataformação da distribuição e do consumo de conteúdos (Baldini et al., 2021, p. 47). A audiência tem maior protagonismo nos serviços de *streaming* (Puppis & Ali, 2023). Por conseguinte, o consumo nas plataformas digitais convergiu com a apropriação do mercado publicitário por grandes *players* transnacionais como *Google*, *Facebook*, *Amazon*, *Apple* ou *Microsoft* (Puppis et al., 2024). O crescimento do acesso a estas estruturas, associado ao aumento da distribuição e da velocidade da internet, à multiplicação dos *smartphones* e ao desenvolvimento de novas aplicações e ferramentas dentro das plataformas que facilitam a interface com os usuários mudou completamente o fluxo de informações (Gillespie, 2010).

Desenrola-se no cenário contemporâneo outra transição, a do SPM para o Serviço Público de Plataforma (SPP), que levará a uma nova conceptualização deste fenómeno e análise dos valores que o sustentarão, o que será abordado noutro capítulo deste estudo. Contudo, interessa para este panorama geral pontuar que as interações mediadas em plataformas digitais impactaram o modelo de consumo de conteúdos, o que tem obrigado o SPM à atualização dos padrões de produção e distribuição, sem abrir mão do seu lugar nos meios de distribuição tradicionais (Dragomir & Tunez Lopez, 2024). O SPM é instigado a “inovar no modelo de negócio mantendo a essência do valor público, assim como adaptar mentalidades e culturas empresariais ultrapassadas e resistentes às novas rotinas de produção” (Canedo & Rodriguez-Castro, 2024) e precisa “ter em conta não apenas a atenção da audiência, mas também incluir novas métricas do seu envolvimento emocional” (Banini et al., 2021, p. 48).

Os desafios dessa conversão do SPM em SPP tem sido objeto de atenção nas últimas duas décadas (Baldini et al., 2021; Christensen et al, 2015; Bardoel & Lowe, 2007). Entretanto, a adaptação no SPM não ocorre na mesma velocidade das mudanças do contexto.

3. Metodologia

A escolha por uma abordagem qualitativa e exploratória neste estudo justifica-se pela complexidade e natureza histórica, política e sociocultural do objeto de investigação: o Serviço Público de Media (SPM) e a sua transição no contexto da plataformização. Considerando que se trata de um fenómeno em constante transformação, com raízes profundas nas estruturas institucionais e ideológicas dos media europeus, optou-se pela análise teórica e documental como estratégia metodológica central.

A investigação fundamenta-se em ampla revisão bibliográfica, com base em autores de referência na área dos media studies, comunicação pública e políticas de radiodifusão. Além disso, foram analisados documentos institucionais de organismos europeus, como relatórios da BBC, da Obercom e da União Europeia de Radiodifusão (EBU), que ajudam a compreender a evolução dos princípios, objetivos e valores do SPM em diferentes contextos históricos.

A abordagem histórica-comparativa permite identificar continuidades e rupturas nos modelos de media adotados em diferentes países, com especial atenção aos casos europeu e norte-americano. Por fim, a análise crítica de conceitos como “valor público”, “universalidade”, “identidade cultural” e “proximidade” possibilita avaliar como o SPM tem procurado redefinir a sua missão no ecossistema mediático contemporâneo, marcado por plataformas digitais, algoritmos e novas lógicas de consumo.

Essa metodologia mostra-se adequada para compreender os desafios enfrentados pelo SPM e refletir sobre caminhos possíveis para sua revitalização, mantendo o compromisso com o interesse público e a cidadania mediática num cenário de transformação estrutural dos media.

Sobre os objetivos e os valores do Serviço Público de Media

Arons de Carvalho (2009), ao tratar do estudo do caso português no modelo europeu do SPM, destaca que os valores e objetivos têm origem em documentos gerados pelos próprios operadores daquele serviço nos vários países da Europa e em documentos aprovados por diversas entidades supranacionais, sustentando a existência de um consenso nas principais famílias políticas europeias, da esquerda à direita, com relação à definição dos valores e princípios do SPM.

No cenário do desenvolvimento do SPT, sempre foi essencial olhar para a implementação e prática de valores essenciais ao conceito de SPM e ao cumprimento da sua missão:

(...) as preocupações com a qualidade e a diversidade da programação, o seu carácter distintivo face à concorrência, a capacidade para interessar todos os segmentos do público e não apenas as maiorias, a universalidade das emissões e a isenção e o pluralismo dos seus conteúdos informativos (Carvalho, 2009, p. 1).

Ao longo da história, as formas de atingir os objetivos da missão do SPM e os seus próprios valores têm mudado muito, tendo em vista a necessidade de acompanhar as transformações nos paradigmas da comunicação de massa. Tais mudanças têm sido objeto de estudos desde os anos 1990. Houve um investimento académico em analisar e repensar os objetivos e os valores do serviço público dos quais se destacam investigadores como Blumber (1992); Hoffmann-Riem (1992) e Atkinson e Raboy (1997).

Os estudos propõem várias categorias para elencar os valores, desde os clássicos (a continuidade, a neutralidade, a igualdade) aos vulneráveis (que são hoje os valores mais importantes e críticos). Jay Blumler (1992) e Wolfgang Hoffman-Riem (1992) construíram essa identificação por oposição aos valores económicos em destaque no contexto dualista em que o SPM coincide com os operadores privados (Lopes, 1999).

De acordo com Jay Blumler (1992), os valores vulneráveis constituem-se valores orientadores para a televisão pública. Devem nortear a elaboração da programação e não devem ser impostos de forma exógena através do cumprimento de normativos legais. Como valores ligados intrinsecamente à atividade produtiva, este autor destacou a qualidade, a diversidade e a identidade cultural.

A qualidade implica manter independência face aos mercados privados e conceber conteúdos inovadores, criativos e relevantes para a promoção da cultura e proteção da essência pública daqueles organismos. Este valor da qualidade tem um papel decisivo na promoção dos valores culturais que se pretendem ligados à essência do SPM. Como já referido, foi nas décadas de 60 e 70 do século XX que a maioria dos SPT na Europa criaram os “segundos” canais nacionais, emitindo uma programação menos popular. Estes organismos tentavam atrair uma audiência elitista e sofisticada que se mantinha afastada da televisão. Desta forma, através de uma programação mais erudita e captando públicos mais diversos e exigentes do ponto de vista cultural, o SPM tem mais condições para cumprir os seus valores.

A diversidade é exigida nos planos regional, político e cultural. Com obrigações que não atingem os media privados, os operadores de SPM devem estar atentos à audiência global e também aos grupos minoritários. “Ao mesmo tempo que satisfaz os interesses dos membros individuais de uma audiência, uma grelha diversificada promove a coesão entre grupos que habitam espaços físicos distintos e que estruturam o seu quotidiano através de sistemas específicos” (Lopes, 1999, p. 139).

Jay Blumler (1992), Wolfgang Hoffman-Riem (1992), entre outros investigadores, consideraram a identidade cultural igualmente um valor vulnerável com um papel essencial ao SPM. Perante a globalização e a crescente diversidade populacional que se consolidava em determinadas regiões, alguns países criaram mecanismos para obrigar, em particular entre os operadores públicos, que fossem desenvolvidos conteúdos regionais específicos, emitidos na sua língua e sujeitos ao controle de quotas de cumprimento de produção. Coincide esta fase com a criação de canais regionais em praticamente todos os países da Europa, os “terceiros” canais, que retratavam um perfil descentralizador e a valorização da identidade cultural e regional dos referidos países.

Neste período de transição, outro valor essencial será a autonomia dos órgãos de comunicação, em particular nos de serviço público. O distanciamento destes organismos face às suas fontes de financiamento é tido como um dos valores mais estruturantes destas entidades. Dennis McQuail (2003) considera uma das condições para manter a qualidade é afastar da publicidade, ou como designa, da “comercialização”, a produção de todos os conteúdos dos operadores públicos: “Além da abundância da publicidade (propaganda comercial), o conteúdo comercial, nesta perspetiva, é mais provável orientar-se mais para a diversão e entretenimento (escape), ser mais superficial, pouco exigente e conformista, mais derivativo e estandarizado” (2003, p. 107).

Este investigador alerta para o surgimento de uma “televisão da realidade”, (2003, p. 107) por razões meramente publicitárias, um fenómeno que compara à tabloidização de jornais, que ocorreu também na competição por leitores, a provocar nos dois cenários mediáticos uma personalização e consequente dramatização dos conteúdos (Bird, 1992) apesar da maior acessibilidade nos públicos.

As preocupações de MacQuail (2003) estão em linha com as de Jay Blumber (1992), quanto às consequências da excessiva comercialização dos programas televisivos: levarão o entretenimento a superar a informação, a um incremento de conteúdos emotivos e dramáticos, mais orientados para o interesse do público do que pelo interesse público. Na referida obra, MacQuail (2003) destaca o crescimento do info-entretetimento, que considera promotor da ignorância e do afastamento da participação política. A maior crítica à comercialização excessiva dos conteúdos na televisão será a possibilidade deste fenómeno vir a representar um perigo para a democracia (Blumber & Gurevitch, 1995).

Após várias críticas pelo excessivo enfoque por interesses institucionais próprios, quer na radiodifusão pública, quer na privada (Hackett & Carroll, 2006; Ang, 1991), a estratégia tem que envolver um compromisso com objetivos genuínos de interesse público. “Os organismos de radiodifusão públicos têm de pensar menos sobre os seus próprios problemas e, em vez disso, têm de atuar com base no que é melhor para as suas sociedades” (Donders, 2021).

A centralidade do público

Para cumprir com os seus objetivos e valores, a abordagem do SPM passa por procurar serviços e fornecer conteúdos que vão ao encontro dos interesses dos públicos. Estabelece-se uma nova relação com a audiência, que, antes, funcionava como um alvo, mas que agora deve ser vista como parceira. As novas formas de consumo alteraram a dinâmica de atenção dos públicos, especialmente dos mais jovens, para quem deixou de fazer sentido ver um programa em directo e cujo interesse se voltou para as plataformas pagas (Navarro e Vázquez, 2020). Para atender aos públicos é de realçar a necessidade de um enfoque nas audiências, o que não é consensual na mentalidade dos profissionais do SPM.

Neste contexto de legitimação na dimensão digital destaca-se a adoção da noção de “valor público” em defesa do SPM perante as reações dos órgãos de comunicação privados quanto ao financiamento estatal. Canedo e Castro (2024) defendem que a criação de valor público foi uma resposta necessária às pressões dos media privados pela continuação de financiamento dos Estado aos SPM no ambiente digital, ou seja, para além dos serviços de rádio e televisão. Reacenderam-se discussões sobre a necessidade de atualizar a regulamentação da Comissão Europeia para Comunicação de Radiodifusão, datada de 2001, a fim de adaptá-la às particularidades da era digital (2024, p. 22).

Foi a BBC, a empresa de Serviço Público de Radiodifusão do Reino Unido, oficialmente através da Carta Real de 2004 (BBC, 2004) a tomar a dianteira na adoção do conceito de valor público como conceito central de gestão no ambiente digital (Brevini, 2013). A noção de valor público terá um papel chave na definição da missão do SPM associado ao valor da cidadania, o que ajuda a reforçar ou mesmo recuperar a sua legitimidade, no ambiente de transformação audiovisual. Na realidade, este conceito consiste em desenvolver estratégias (de gestão) de valor público que vão sendo adotadas pelos SPM na Europa com vista a definir, criar, medir e comunicar a sua contribuição para a sociedade (Canedo & Rodriguez-Castro, 2024). Assim, a legitimação do SPM através da criação de valor irá proporcionar uma conceptualização de referência, que virá a ser proveitosa quer para os profissionais destas empresas, quer para os decisores políticos chamados a criar legislação neste cenário de mudança.

Para proteger algum espaço para o SPM num contexto caracterizado pelo domínio das novas plataformas digitais globais, alguns países já começaram a repensar as suas leis dos media (Campos-Freire et al., 2020, p. 678).

(...) o valor público tornou-se uma diretriz comum do serviço público de radiodifusão europeu, que invoca uma redefinição do serviço público de radiodifusão, incorpora

uma variável económica e impulsiona a empresa para além dos serviços tradicionais de rádio e televisão (Canedo & Rodriguez-Castro, 2024, p. 23).

Chivers e Allan, (2022) desenvolvem o conceito de valor público do SPM num “estudo de caso” em que implementaram testes de valor público na BBC, desde 2004 até 2022, ou seja, em contextos de produtores de conteúdos e operadores em evolução como a *Google*, a *Amazon* e a *Apple*. Foram analisados os valores: social, cultural, económico, industrial, representacional e cívico com o objetivo de definir e avaliar os seus benefícios, no contexto de Serviço Público dentro desta nova ecologia dos media.

Também Fuchs (2021) coloca a tónica na necessidade de o SPM definir novos valores em conjunto com grupos da sociedade civil, em detrimento das comunidades de lucros; voltar a liderar na criação de novos conteúdos e serviços e fazer face às plataformas. Após tentativas de demonstrar o “valor público” do SPM, a discussão centrou-se, e de forma pertinente, num novo conceito, o de “contribuição do SPM para a sociedade” (Puppis & Ali, 2023).

A universalidade nos SPM é cada vez mais difícil de alcançar, porém estas organizações “Têm este objetivo como forma de cumprirem a sua missão social, política e cultural para a sociedade no seu conjunto e de demonstrar o seu valor aos cidadãos e aos decisores políticos em troca da sua licença de funcionamento e do financiamento público que recebem” (Schulz et al., 2019, p. 8).

Contudo, os SPM mantêm uma presença forte na maioria da população dos países da Europa Ocidental e do Norte. Desempenham um importante papel cultural, social e económico, a contribuir para uma cidadania informada e com valores identitários.

Têm quotas de audiência significativas, vários dos seus programas tornaram-se património cultural (...) Se os organismos públicos de radiodifusão funcionarem corretamente, contribuem para a democracia, a diversidade e o pluralismo nos mercados dos media (Donders, 2019, p. 55).

Mantém-se a estratégia de valor público na sociedade plataformizada, de maneira a proteger os valores fundadores da triade reithiana, bem como a independência, diversidade, qualidade, universalidade, inovação. A EBU apontou o caminho a seguir: reforçar o valor da qualidade, acrescentando a excelência e a responsabilidade.

Baldini (2021), num estudo sobre a evolução do SPM, define o papel do público em três períodos marcantes deste fenómeno: na era do monopólio da rádio e televisão, um sistema paternalista em que o SPM apenas entregava informação, existia um público que era tido como meramente recetor e passivo. Depois da liberalização da comunicação de massas e no convívio com os media privados, o SPM teve que competir pela atenção do público,

que agora passava a desempenhar um papel de parceiro, ativo e exigente. No cenário da plataformização da distribuição e do consumo de informações, a terceira mudança de paradigma nesta matéria, em que o público obtém meios para exercer ao máximo as suas escolhas e interagir, o SPM precisa ter em conta não apenas a atenção da audiência, mas também o envolvimento emocional (Arvidsson & Bonini, 2015).

Vários autores, essencialmente na escola europeia, defendem o mesmo paradigma da ligação aos públicos. A importância do público como parceiro, do cidadão com um papel ativo e interventivo, que possa suscitar maior aproximação e identificação da sua parte com os media. Trata-se de recentrar no público, no consumidor de conteúdos, por oposição à teoria prevalecente nas décadas anteriores de o foco do Serviço Público de Media estar no desenvolvimento tecnológico, no meio em si.

Jakubowicz (2010) relaciona, num contexto evolutivo, o SPM (rádio e televisão) com a sociedade ou o cidadão. O primeiro período, delimitado de 1920 até 1930, foi caracterizado pela predominância da rádio estatal e por um SPT paternalista. Um segundo período, de 1960 até 1980, marcado pela evolução democrático-emancipatória do SPM, constatou-se existirem laços mais próximos com a sociedade civil. Um terceiro e mais recente período, a partir de 2000, tem sido caracterizado por uma nova parceria do SPM com o público. Um grande número de autores ansiava por esta transição há muito tempo.

(...) as mudanças organizacionais também oferecem aos operadores de serviço público oportunidades de construir novas relações de parceria, identificação, e sentido de poder partilhado que envolve os telespectadores, os ouvintes e os navegadores da internet – de facto, o que transforma os recetores em emissores (Jakubowicz, 2010, p. 33.)

Também em Portugal vários autores defendem a necessidade de colocar o cidadão no centro do SPM e desta forma garantir a sua relegitimação (Cádima & Faustino, 2013; Carvalho, 2009). Este desígnio, o de o SPM se recentrar no cidadão, nos públicos, na importância da inter-relação com a audiência, passou a ser a força motora do SPT. Na realidade, com o esplendor da tecnologia, dos equipamentos, até finais da década de 90, vigoraram orientações sociológicas que defendiam o mediacentrismo, ou seja, a ideia de que o poder estava no media em si, no próprio meio de comunicação sendo que o seu destinatário, o cidadão, deveria manter-se num papel passivo.

Particularmente desde o início do século XX, a academia portuguesa, sensível à diminuta investigação científica acerca destes fenómenos propõe-se desenvolver estudos sobre esta questão tal como descreve Manuel Pinto:

(...) contributos para um projeto de SPT caracterizado pela efetiva participação do Público em todas as etapas da sua definição e implementação. (...) Estamos convencidos de que se impõe que a entidade pública de televisão defina e concretize um outro modo de estar presente na sociedade, explorando modalidades de comunicação que abram as portas às instituições, grupos e organizações da sociedade civil, às suas iniciativas, preocupações e situações. Isto é, que torne a televisão pública uma verdadeira televisão dos cidadãos (Pinto, 2005, p. 14).

Moisés Lemos Martins, no prefácio da referida obra de Pinto (2005), deixa bem claro o propósito destes estudos “Do que se trata neste livro é, com efeito, de associar os cidadãos à própria ideia de Serviço Público de Televisão, desde a sua definição política às formas que o concretizam e à avaliação do serviço prestado” (Pinto, 2005, p. 9).

Nos últimos 25 anos, o crescimento das operações de media em contexto digital foi gerador de uma maior oferta de produtos mediáticos e o surgimento de fluxos relacionados com a exigência de efetiva participação do cidadão na criação e gestão de serviços de media. Implica a responsabilidade pela criação, acesso e circulação de conteúdos que também se estende a quem os consome, ou seja, aos públicos, às audiências. Ganham relevância as questões: para quem e com quem se faz o Serviço Público de média? (Haenens et al. 2011).

A evolução dos desafios do Serviço Público de Media

Achille e Bueno (1994) identificaram, no cenário de um SPM ainda limitado aos serviços de televisão e rádio lineares, que os desafios mais importantes seriam aqueles que afetam a identidade, o financiamento e a operação. Tal conclusão permanece pertinente.

Bardoel e D’Haenens (2008) analisaram a situação do SPM e constataram a relevância e legitimidade do SPM na Europa e a necessidade de independência do Estado e do mercado, que reflita a diversidade cultural dos países que a constitui. “Só nestas circunstâncias pode o Serviço Público Europeu de Media continuar a ser uma instituição proeminente e um provedor de conteúdos de sucesso, impulsionando a economia criativa deste continente e até ser um modelo para o resto do mundo” (Bardoel & Haenens, 2008, p. 352).

Depois de duas décadas de “transmissão dual” na Europa, na lógica de preocupação que este cenário vinha apresentando, Bardoel e Haenens (2008) fazem uma análise da situação do Serviço Público de Media, outrora designado *Broadcast*. Porém, constata-se nesse estudo que, ainda assim, algumas operadoras de Serviço Público, em certos países da Europa, tinham recuperado públicos e até direitos em determinados conteúdos aos seus concorrentes “comerciais”. No entanto, mantém-se o alerta para os problemas básicos do

Serviço Público de Broadcast (SPB): a política da União Europeia, o mercado, as audiências e o desafio digital.

As conclusões deste trabalho são positivas, mas refletem a necessidade de a Europa vir a ter um SPB abrangente, independente do Estado e do mercado, refletindo a diversidade cultural dos países que a constituem. “Só nestas circunstâncias pode o Serviço Público Europeu de Media continuar a ser uma instituição proeminente e um provedor de conteúdos de sucesso, impulsionando a economia criativa deste continente e até ser um modelo para o resto do mundo” (Bardoel & Haenens, 2008, p. 352).

Muitas das mudanças de objetivos e valores no SPM foram decorrentes do redirecionamento das dinâmicas de distribuição e consumo: os públicos passaram de receptores passivos a consumidores ativos. “O principal desafio é, em grande parte, o sucesso na transição mental do pensamento no SPR orientado para a oferta, para o pensamento do SPM orientado para a procura” (Lowe & Bardoel, 2007, p. 22). Foi desta forma que estes autores explicaram o significado da importância da transição para o SPM. Ou seja, o objetivo é ultrapassar o modelo de transmissão típico da era de radiodifusão.

Conforme referido, no ambiente digitalizado e multimedia, os seus profissionais precisam orientar o pensamento no sentido de se tornarem verdadeiros comunicadores de serviço público. Esta visão mais centrada no público leva a que os profissionais do SPM tenham que ser mais eficazes a servir os cidadãos e as suas ações de interesse público procurem satisfazer as necessidades sociais, culturais e democráticas da população. Exige-se aos organismos de SPM mais dinamismo e inovação no desenvolvimento da sua atividade a fim de que a dimensão pública que lhes está enraizada se mantenha legítima e relevante.

Além disso, o SPM, na sua vertente digital, enfrenta reações de atores mediáticos privados, assim como manifestações de radicalismos políticos que, através de um escrutínio apertado, têm mantido o SPM e os seus operadores numa posição defensiva constante e desgastante.

Nesta luta para manter o seu espaço na esfera pública, os SPM enfrentam vários desafios como as suas fragilidades estruturais, as regulamentações neoliberais e restritivas, os ataques dos crescentes partidos de extrema-direita, a dependência económica dos poderes políticos e a diminuição dos financiamentos, que tornam mais difícil competir em mercados cada vez mais globais (Cañedo & Rodríguez-Castro, 2024, p. 18).

A evolução necessária ao SPM em seu processo de plataformação para atender às novas dinâmicas de distribuição e consumo vem agravar os desafios financeiros e de dependência. Francisco Campos-Freire e um conjunto de investigadores da academia espanhola publicaram, em 2020, uma análise rigorosa e profunda, designada “Public Service

Media's Funding Crisis in the Face of the Digital Challenge”, que confirmou e detalhou o cenário da crise financeira na maioria dos SPM na Europa.

A urgência da independência, em especial financeira, ficou evidente no contexto da crise financeira de 2008. Quebras no financiamento por redução de fundos públicos e perda de receitas publicitárias, diminuição de produção de conteúdos de rádio e televisão assim como fuga de públicos em benefício dos serviços e plataformas dotados de conteúdos de informação e entretenimento, a pedido (Baldini et al, 2021). O SPM encontrou-se subfinanciado e mediante as transformações de produção, distribuição e consumo resultantes das novas materialidades e dinâmicas advindas do desenvolvimento tecnológico.

Este desafio, no entanto, pede a devolução e restauração da legitimidade do PSM partindo da premissa de que este serviço público é tão necessário nos dias de hoje como o foi nas suas origens, e tendo em conta que o PSM deve servir tanto os valores fundadores como os novos valores ligados à universalidade, à qualidade, à independência, à diversidade, à inovação, contribuindo também para a consolidação dos novos valores emergentes das sociedades digitais (Campos-Freire *et al.*, 2020, p. 678).

Em diversos países, entre 2011 e 2015, o SPM teve o seu financiamento, através das taxas de licenciamento, de subvenções diretas e atribuição de fundos públicos, reduzido ou totalmente eliminado. Acrescenta-se as inerentes perdas de receitas publicitárias em contexto concorrencial e digital. A União Europeia de Radiotelevisão estima que a quebra de financiamento no ano de 2013 representou cerca de 40% na média dos países associados. Em Portugal, a redução foi substancial, atingindo 47% da entrada de recursos (Campos-Freire *et al.*, 2020).

No entanto, para que trabalhem eficazmente em prol do interesse público e contribuam para a sociedade, os conteúdos que oferecem, as relações com os seus públicos e os processos de inovação permanente são fundamentais. Para responder a estes três desafios, as organizações de Serviço Público de Media precisam de ser bem financiadas (Campos-Freire *et al.*, 2020, p. 679).

A grande maioria das empresas de SPM na Europa nasceu dentro da arquitetura estatal e manteve-se dependente destes financiamentos por longos períodos. O funcionamento com fundos públicos, obriga ao escrutínio, regulação e o condicionamento a padrões de responsabilização elevados (Canedo & Rodriguez-Castro, 2024). Deste modo, os valores do SPM são distintos dos grupos de media comerciais: os seus conteúdos e serviços precisam ser socialmente responsáveis, diversificados e eficientes (Pavani, 2018; Donders, 2021).

Na era da plataformação, uma boa parte das organizações de serviços de comunicação privadas e públicas adotam novos modelos de negócio.

A direção que o PSM deve seguir para chegar à terceira década do século XXI deve passar pela Internet e pela distribuição em nuvem. Assim, a missão de serviço público deve ser reorientada para se enquadrar nas exigências da Sociedade da Internet e da quarta revolução industrial (Campos-Freire *et al.*, 2020, p. 672).

Assim, na sequência da empresa BBC, também pioneira neste investimento, são vários os SPM na Europa a criar os seus próprios projetos de plataforma. Estes serviços públicos necessitam redefinir a sua missão, assim como reafirmar os valores que sustentam a sua presença neste cenário plataformizado. Trata-se de obrigar os SPM a redefinir os seus valores para sobreviver no cenário do capitalismo de plataformas. Neste contexto, e tendo por base o paradigma de valor público que orienta a sua gestão, o conhecimento das percepções dos cidadãos é fundamental para o cumprimento da missão de serviço público destas empresas (Espada & Canedo, 2025).

Conclusão

O Serviço Público de Media enfrenta hoje um momento de profunda transição, impulsionado pela rápida evolução das tecnologias digitais e pela emergência de novas plataformas de comunicação. Este estudo evidenciou que, apesar dos desafios colocados pela crescente diversificação dos meios e pelas mudanças nos hábitos do público, a missão fundamental do SPM — promover valores democráticos, culturais e educativos — permanece relevante e essencial. A análise das políticas institucionais e dos discursos teóricos revelou que o SPM precisa se reinventar, conciliando a tradição do serviço universal e inclusivo com as exigências da contemporaneidade, como a personalização do conteúdo e a presença nas plataformas digitais.

Os resultados apontam para a necessidade de um reposicionamento estratégico, que preserve os princípios de independência, diversidade e acesso universal, mas que também incorpore inovações tecnológicas e modelos de financiamento adaptados ao novo ecossistema mediático.

Conclui-se que o Serviço Público de Media continua a ser um ator vital para a construção de uma esfera pública plural e crítica, mas que sua sustentabilidade e eficácia dependem da capacidade de diálogo com as novas formas de consumo e produção de conteúdos. Assim, os valores clássicos precisam ser reinterpretados e reafirmados num contexto de mudança, garantindo que o SPM continue a cumprir sua missão social num mundo cada vez mais conectado e complexo.

Referências

- Ang, I. (1991). *Desperately seeking the audience*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203133347>
- Anjos, L. F. dos. (2011). O Estado ativador do desenvolvimento. *Direito e Desenvolvimento*, 2(3), 11–28. <https://doi.org/10.26843/direitoedesenvolvimento.v2i3.163>
- Arvidsson, A., & Bonini, T. (2015). Valuing audience passions: From smythe to tarde. *European Journal of Cultural Studies*, 18(2), 158-173.
- Atkinson, D., & Raboy, M. (1997). *Public Service Broadcasting: The Challenges of the Twenty-first Century* (Reports and Papers on Mass Communication No. 111). UNESCO Publishing.
- Baldini, T., Túnñez-López, M., & Barrientos Báez, A. (2021). Public service media in the age of platformization of culture and society. In M. Túnñez-López, F. Campos-Freire, & M. Rodríguez-Castro (Eds.), *The values of public service media in the internet society* (pp. 45–58).
- Banini, T., Ilovan, O. R., & Paasi, A. (2021). *Representing place and territorial identities in Europe*. Springer International Publishing.
- Bardoel, J., & Haenens, L. D. (2008). Reinventing public service broadcasting in Europe: prospects, promises and problems. *Media, culture & society*, 30(3), 337-355.
- Bardoel, J. L., & Lowe, G. F. (2007). From public service broadcasting to public service media: The core challenge. In [detalhes de fonte incompletos no anexo] (pp. 7–26).
- BBC. (2004). *Royal Charter*
- Bird, S. E. (1992). *For enquiring minds: A cultural study of supermarket tabloids*. University of Tennessee Press.
- Blumler, J. G. (1992). *Television and the public interest: Vulnerable values in West European broadcasting*. Sage.
- Blumler, J., & Gurevitch, M. (1995). *The crisis of public communication*. Routledge.
- Brevini, B. (2013). *Public service broadcasting online: A comparative European policy study*. Palgrave Macmillan. <https://doi.org/10.1057/9781137295101>
- Bruns, A. (2019). Filter bubble. *Internet Policy Review*, 8(4). <https://doi.org/10.14763/2019.4.1426>
- Bustamante, E. (2008). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación: las industrias culturales en la era digital*. Gedisa Editorial.
- Cádima, F. R., & Faustino, P. (2013). *Políticas Públicas, Media e Estado*. Formalpress. Media XXI.
- Campos-Freire, F., Rodríguez-Castro, M., & Blasco-Blasco, O. (2020). Public service media's funding crisis in the face of the digital challenge. In *Information Technology and Systems: Proceedings of ICITS 2020* (pp. 671–680). Springer International Publishing.
- Canedo, A.; Rodríguez-Castro, M. (2024): Hacia una definicion del valor de los medios de comunicacion de servicio publico: una propuesta sostenible y adaptable.. En Carrasco-Campos,A.; Candon-Mena, J. (eds.), *Sostenibilidad delos medios en la era digital. Economía política de los medios públicos y comunitarios*. Salamanca:Comunicacion Social Ediciones y Publicaciones, 17-36. <https://doi.org/10.52495/c1.emcs.30.tam5>
- Carvalho, A. (2009). *Da identidade à marca: As estratégias das televisões para a construção de imagem* (Dissertação de mestrado). Universidade do Minho.
- Cayrol, R. (1991). *Les médias: presse écrite, radio, télévision*. FeniXX.

- Chevallier, J.** (1994). *Le service public* (3ª ed.). Presses Universitaires de France.
- Chivers, T., & Allan, S.** (2022). *What is the public value of public service broadcasting? Exploring challenges and opportunities in evolving media contexts*. Creative Industries Policy & Evidence Centre.
- Christensen, L. T., & Cheney, G.** (2015). Peering into transparency: Challenging ideals, proxies, and organizational practices. *Communication Theory*, 25(1), 70–90. <https://doi.org/10.1111/comt.12052>
- Donders, K.** (2019). Public service media beyond the digital hype: distribution strategies in a platform era. *Media, Culture & Society*, 41(7), 1011–1028. <https://doi.org/10.1177/0163443719857616>
- _____. (2021). *Public service média in Europe: Law, theory and practice*. Routledge.
- Dragomir, M., & Túñez López, M.** (2024). How public service media are changing in the platform era: A comparative study across four European countries. *European Journal of Communication*, 39(6), 608–624. <https://doi.org/10.1177/02673231241290062>
- Espada, L. M. L., & Cañedo, A.** (2025). CMMPlay y valor público: consumo y plataforma de la televisión autonómica castellanomanchega desde la perspectiva de la audiencia. *Miguel Hernández Communication Journal*, 16, 63–78.
- Fuchs, C.** (2021). The digital commons and the digital public sphere. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 16(1). Gillespie, T. (2010). The politics of “platforms”. *New Media & Society*, 12(3), 347–364. <https://doi.org/10.1177/1461444809342738>
- Gillespie, T.** (2010). The politics of “platforms”. *New Media & Society*, 12(3), 347–364. <https://doi.org/10.1177/1461444809342738>
- Goodwin, A., & Whannel, G.** (Eds.). (2005). *Understanding television*. Routledge.
- Haenens, L. D., Sousa, H., & Hultén, O.** (2011). From public service broadcasting to public service media.
- Hackett, R. A., & Carroll, W. K.** (2006). *Remaking media: The struggle to democratize public communication*. Routledge.
- Hoffmann-Riem, W.** (1992). Trends in the development of broadcasting law in Western Europe. *European Journal of Communication*, 7(2), 147–171. <https://doi.org/10.1177/0267323192007002001>
- Jakubowicz, K.** (2010). PSB 3.0: Reinventing European PSB. Reinventing public service communication (pp. 9–22). Springer
- Lopes, F.** (1999). As notícias regionais no Telejornal da RTP: que serviço público? *Comunicação e Sociedade*, 1, 131–150.
- McQuail, D.** (2003). *McQuail's mass communication theory* (5th ed.). Sage.
- Murdock, G.** (2005). Public broadcasting and democratic culture. In J. Wasko (Ed.), *A companion to television* (pp. 174–198). Blackwell Publishing.
- Napoli, P. M.** (2019). User data as public resource: Implications for social media regulation. *Policy & Internet*, 11(4), 439–459. <https://doi.org/10.1002/poi3.216>
- Pavani, G.** (2018). *The Structure and Governance of Public Service Broadcasting: A Comparative Perspective*. Springer.
- Pinto, M.** (2005). Televisão e Cidadania: Contributos para o debate sobre o serviço público. *Campo das Letras*.
- Puppis, M., & Ali, C.** (2023). *Public Service Media's Contribution to Society: RIPE@ 2021*. Nordicom.

- Puppis, M., Mansell, R., & Van den Bulck, H.** (2024). Introduction to media and communication governance: From labelling to theorizing and practice. In *Handbook of media and communication governance* (pp. 1–26). Edward Elgar Publishing.
- Richeri, G.** (1994). La aparición de las redes-mercado y la economía de las empresas editoriales. *Telos: Cuadernos de comunicación e innovación*, (37), 12–14.
- Schulz, A., Levy, D., & Nielsen, R.** (2019). Old, educated, and politically diverse: The audience of public service news. Reuters Institute for the Study of Journalism

Ebook produzido no âmbito do projeto de investigação exploratório 2023.15210.PEX, financiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P, tendo a Fundação Ensino e Cultura Fernando Pessoa como Instituição Proponente e a Universidade Fernando Pessoa como Instituição de Acolhimento.

DOI (projeto MemNews): <https://doi.org/10.54499/2023.15210.PEX>

fct Fundação
para a Ciência
e a Tecnologia

 **REPÚBLICA
PORTUGUESA**

 PUBLICAÇÕES
FUNDAÇÃO
FERNANDO
PESSOA

