

Diana Isabel Campos Ferreira

**Fontes de Informação nas notícias dos Radiojornais:
Os Casos da *TSF*, *Renascença* e *Antena 1***

Universidade Fernando Pessoa
Porto, 2010

Diana Isabel Campos Ferreira

**Fontes de Informação nas notícias dos Radiojornais:
Os Casos da *TSF*, *Renascença* e *Antena 1***

Universidade Fernando Pessoa
Porto, 2010

Diana Isabel Campos Ferreira

**Fontes de Informação nas notícias dos Radiojornais:
Os Casos da *TSF*, *Renascença* e *Antena 1***

Diana Campos Ferreira

Trabalho apresentado à Universidade Fernando Pessoa como parte dos requisitos para a obtenção do grau de Mestre em Jornalismo, sob a orientação do Professor Doutor Jorge Pedro Sousa.

Jorge Pedro Sousa

Agradecimentos

Aos meus avós por terem acreditado em mim e investido no meu futuro, com toda a fé e carinho que lhes foi possível.

Um muito obrigada pela oportunidade que me deram de me formar no curso que sempre quis e pelo apoio incondicional que me prestaram ao longo de toda a minha vida e que continuam, ainda hoje, incansavelmente, a prestar.

Os dias prósperos não vêm ao acaso; são granjeados, como as searas, com muita fadiga e com muitos intervalos de desalento.

(Camilo Castelo Branco)

Resumo:

Este trabalho centra-se, numa primeira reflexão, em torno do tema do uso das fontes de informação nos radiojornais nacionais, especificamente nas secções de política e economia. Enquanto primeira abordagem, pretendemos mostrar o valor que poderá ter o relacionamento entre os jornalistas e as fontes, quais os seus interesses e quais os benefícios que cada uma das entidades espera obter com essa relação. Tomaremos aqui, como referencial metodológico, a revisão bibliográfica dos conceitos de fonte e jornalista.

Tendo em conta que o panorama comunicacional moderno se caracteriza pela multiplicação dos canais, pela pluralidade das temáticas e pelos conteúdos mediáticos, convém atentar para o facto de o futuro da rádio passar pela tematização e fragmentação das audiências, resultado disso, no desenvolvimento de estações com conteúdos cada vez mais específicos. Neste estudo, pretendemos caracterizar o perfil das fontes de informação na informação radiofónica de Portugal, apresentando os exemplos das rádios temáticas especializadas em informação, TSF, Rádio Renascença e Antena 1 e analisando o seu perfil editorial.

Abstract:

This paper focuses, on a first reflection, on the theme of the use of information sources in national radio and newspapers, specifically the sections of politics and economics. As a first approach, we intend to show the value that can be found in the relationship between journalists and sources, what their interests are and what benefits each of the entities expect from this relationship. We will take here, as the methodological framework, the literature review of the concepts of source and journalist.

Given that the modern communication scene is characterized by the proliferation of channels and the plurality of topics and the media content, attention should be paid to the fact that the future of the radio is related to theme and fragmentation of audiences, and it results in the development of stations with more specific content. In this study, we

intend to characterize the profile of sources of information in Portugal radiophonic information, by presenting examples of specialized topics in information radio stations like TSF, Renascença and Antena 1 reviewing their editorial profile.

Resumé:

Le présent travail se concentre dans une première réflexion au tour de l'usage des sources d'information dans ces radiojournaux nationales, spécifiquement dans les sections de la politique et l'économie. Dans un premier abordage, nous avons l'intention de montrer la valeur que vous pouvez avoir la relation entre les journalistes et leurs sources, leurs intérêts et qui bénéficie chacune des entités attendus de cette relation. Nous prendrons ici comme le cadre méthodologique, la revue de la littérature des notions de source et journaliste.

En voyant le fait du panorama communicationnel moderne se caractérisée pour la prolifération des chaînes, la pluralité des sujets et le contenu des médias, il convient de prêter attention au fait que l'avenir de la radio passe pour la thématisation est fragmentation des auditoires, résultant dans le développement de stations avec contenu plus concret. Dans cet étude, ont prévoit caractérisé le persil des sources d'information dans l'information radiophonique de Portugal, en présentant des exemples des radios thématiques spécialité en information, TSF, Rádio Renascença et Antena 1 est aussi en analysant son profit éditoriale.

Palavras-Chave: Fontes de Informação, Jornalistas, Notícias, Radiojornais

Índice

Introdução.....	1
Capítulo I. Um Olhar Sobre os Conceitos e as Teorias das Fontes de Informação.....	3
1. Componentes da Produção Noticiosa.....	4
1.1 Campo Jornalístico.....	5
1.2 Campo Estruturado.....	8
1.3 Campo de Notícia, o Espaço dos Jogos de Interesses e Conflitos.....	10
2. A Principal Identidade da Prática Jornalística – os Jornalistas.....	14
2.1 Cultura Jornalística.....	16
2.2 Rotinas Produtivas dos Jornalistas.....	20
2.3 Paradigma do Agenda-Setting na Perspectiva de uma Teoria da Notícia.....	26
2.4 O Ciberespaço como Fonte para os Jornalistas.....	35
3. A Produção de Notícias através dos Agentes Sociais – as Fontes de Informação.....	47
3.1 Modelos Teóricos de Análise das Fontes.....	48
3.2 Concepções Dominantes sobre as Fontes de Informação.....	66
3.3 Classificação das Fontes.....	71
3.4 Rotinas Produtivas das Fontes de Informação.....	78
3.5 A Questão das Fontes nos Códigos Deontológicos dos Jornalistas.....	90
3.6 Distribuição Desigual no Acesso aos Jornalistas e às Fontes de Informação....	97
3.7 Noticiabilidade como Negociação entre Fontes e Jornalistas	104

Capítulo II. A dinâmica do Uso das Fontes de Informação nos Radiojornais Nacionais – Estudo de Caso da TSF, Renascença e Antena 1.....	109
1. Metodologia.....	109
2. Apresentação e Discussão de Resultados.....	118
Conclusões	135
Bibliografia	

Índice de Apêndices

1. Grelhas de Análise.....	138
1.1 Grelhas de Análise da TSF.....	138
1.2 Grelhas de Análise da Rádio Renascença.....	140
1.3 Grelhas de Análise da Antena 1.....	142
2. Questionário.....	144

Índice de Tabelas

- Tabela 1. Número de notícias de todas as áreas temáticas e da área de política e economia.....113
- Tabela 2. Número de fontes de todas as áreas temáticas e da área de política e economia.....115
- Tabela 3. Número de fontes anónimas e fontes não-anónimas.....116
- Tabela 4. Número de fontes anónimas “On background” e “On deep Background”.....116
- Tabela 5. Número de fontes oficiais e não-oficiais.....117
- Tabela 6. Número de fontes especialistas e fontes não-especialistas nas notícias.....118
- Tabela 7. Número de fontes indirectas e fontes não-indirectas nas notícias.....118
- Tabela 8. Número de citações fornecidas ao ouvinte em “Voz On” e em “Voz Off”.....119
- Tabela 9 - Critério usado para escolher as fontes.....119
- Tabela 10 - Tipo de fontes que os jornalistas usam mais nas notícias.....120
- Tabela 11 - Número de fontes que o jornalista consulta, em média, para elaborar uma peça.....121
- Tabela 12 - Número de vezes que uma fonte é citada, pelo jornalista, numa peça.....121

- Tabela 13 - Tipo de “actores” a que os jornalistas recorrem com mais frequência para os seus trabalhos.....122
- Tabela 14 - Frequência com que o autor recorre a fontes que cita como anónimas, por peça.....122
- Tabela 15. Categorias do tipo de fontes presentes nas notícias da TSF.....123
- Tabela 16. Categorias do tipo de fontes presentes nas notícias da Rádio Renascença.....124
- Tabela 17. Categorias do tipo de fontes presentes nas notícias da Antena1.....125
- Tabela 18. Categorias dos meios presentes nas notícias da TSF.....126
- Tabela 19. Categorias dos meios presentes nas notícias da Rádio Renascença.....127
- Tabela 20. Categorias dos meios presentes nas notícias da Antena1.....127

Introdução

O presente trabalho tem como objectivo o estudo das fontes de informação nas notícias, nomeadamente, da secção de política e economia de radiojornais. Para tal, deu-se mais atenção especificamente, às suas rotinas produtivas, aos seus comportamentos e ainda ao modo como têm acesso aos meios de comunicação. Como explicitam Molotch e Lester (1974), existem diferentes patamares pelos quais a informação chega ao jornalista, sejam eles através de rotinas, de um processo informal, de iniciativas, ou diversos outros canais de informação, que explicaremos adiante no corpo do trabalho.

Sendo o jornalismo um campo bastante importante quer na produção, quer na reprodução da vida social, impõe-se a nós, como necessária, a análise da relação dos jornalistas com as fontes de informação, visto o relacionamento de ambos ser um aspecto crucial do processo de fabrico de notícias. Tentaremos, por isso, analisar essa relação num quadro mais vasto e complexo, de modo a que ocorram, não apenas as dinâmicas internas, aquilo que Santos denomina de “Campo de Notícia”, mas também as convergências e as conflitualidades decorrentes da constante interacção no sistema social.

Para uma melhor percepção da importância deste tema e da razão que nos motivou ao seu estudo, convém aqui lembrar que os jornalistas raramente estão em condições de assistir a um acontecimento em primeira-mão, por isso, a colaboração das fontes é fundamental para a realização do seu trabalho e da sua profissão. Contudo, mesmo quando estão em directo num acontecimento, os jornalistas necessitam de recorrer a uma fonte para se certificarem do que está a ser dito ou, tão simplesmente, para atribuir credibilidade à informação que angariaram e que pretendem difundir.

Na realidade contínua da rotina do nosso dia-a-dia, conseguimos perceber que toda a comunicação humana tem uma fonte, ou seja, uma pessoa ou um grupo de pessoas cujo objectivo é criar um processo comunicativo, deste modo, com o objectivo de estudar empiricamente as conclusões a que a teoria sobre este tema nos permitiu, até hoje,

chegar, elaborou-se um estudo das notícias e do papel que as fontes de informação desempenham nos meios de comunicação social.

O presente estudo divide-se em dois capítulos. O primeiro capítulo, onde iremos debruçar sobre os conceitos e as teorias das Fontes de Informação, foi dividido em três partes. Na primeira parte debruçamo-nos sobre as componentes da produção noticiosa, nomeadamente o campo jornalístico, o campo estruturado e o campo de notícia. No segundo ponto, iremos falar da principal identidade da prática jornalística, ou seja, o jornalista. Neste ponto falaremos de questões como as rotinas produtivas dos jornalistas, a noticiabilidade e dos valores notícia, bem como do ciberespaço como fonte para jornalistas, entre outros. No terceiro e último ponto deste capítulo, iremos falar da outra parte da questão, as fontes de informação. Veremos alguns dos modelos teóricos lançados sobre elas, bem como algumas das suas concepções dominantes, as suas rotinas produtivas, as suas classificações, entre outros aspectos.

Num segundo capítulo iremo-nos basear no estudo de caso feito à rádio *TSF*, à Rádio *Renascença* e à *Antena 1*, onde se observou, por exemplo, a quantidade de fontes usadas, os principais actores nas notícias, a recorrência ao uso de fontes anónimas, ou não, entre outros aspectos. Neste capítulo, além da metodologia, serão também apresentados os resultados do estudo e a discussão desses resultados, bem como as conclusões que dele tiramos.

Capítulo I. Olhar sobre os conceitos e as teorias das fontes de informação

Os sectores da sociedade civil e do poder político trazem à esfera mediática um novo tipo de emissor de informações. São, estes, meios mantidos por actores sociais que, até então, eram considerados apenas como fonte de informação. Jornais de grande circulação, emissoras de rádios, televisões, ou mesmo programas especiais são disponibilizados à sociedade por corporações, organizações não governamentais e mesmo por movimentos sociais, influenciando, na maior parte das vezes, o conteúdo da agenda apresentada à opinião pública. Assim, o profissional de imprensa vê-se num novo território profissional onde transitam rotinas, valores e paradigmas específicos da imprensa tradicional. Com isto, a imprensa perde o seu monopólio informativo e a sociedade vê-se a consumir informações produzidas e veiculadas pelos próprios actores do facto, ou seja, a fonte.

Em jornalismo, as fontes são muitas vezes entendidas como sendo pessoas individuais ou colectivas ou mesmo documentos, pelo meio dos quais os jornalistas tomam conhecimento de informações ou opiniões e verificam o rigor dos dados obtidos ou aferem a veracidade dos juízos de valor que lhes foram confinados. Podemos considerá-las de extrema importância, visto o jornalismo ser, hoje em dia e cada vez mais, uma das formas de comunicação mais activa e eficaz, sendo que se assume, também, como um utensílio eficaz na transmissão de culturas, ideias, factos e informações, às sociedades e ao mundo, através do seu produto, as notícias.

Convém por isso, também, atribuir importância às notícias, pois são elas que capacitam o ser humano para a transmissão de ideias e informações na sociedade, acto que, inevitavelmente, está presente em todos os momentos da sua vida e que lhe é inerente. Essa transmissão é feita através da comunicação directa entre os membros dessa mesma sociedade e pelas inter-relações que se estabelecem.

1. Componentes da Produção Noticiosa

A necessidade de operacionalizar um conceito que englobe a complexidade da interacção dos agentes sociais envolvidos nas notícias despoletou o aparecimento do conceito de campo de notícia criado por Bourdieu, e que é também aplicável ao jornalismo “enquanto espaço de relações sociais em torno de um *enjeu*”. Através da dicotomia de dois pólos, “o comercial” e “o intelectual”, os jornalistas são regidos e controlados na sua actividade, pela procura de notícias novas que possam concorrer com outros jornalistas e meios noticiosos. A tendência mais recente aponta para o fortalecimento das notícias sensacionalistas em detrimento da investigação jornalística, necessidade das audiências e de vender mais, entrando numa grande concorrência com os *media* noticiosos (Santos, 2006, p. 17).

Schlesinger (*cit. in* Traquina, 1993, p. 178), por exemplo, investigou o conceito de campo, tal como Bourdieu, mostrou o ângulo das fontes de informação presentes no campo jornalístico e que querem ser notícia. Na leitura que faz sobre o assunto, Schlesinger, o campo jornalístico – que Santos (2006) reformulou através da designação de *campo de notícia* – envolve, em igualdade de circunstâncias, jornalistas e fontes de informação. O sociólogo escocês abriu o campo de notícia a uma multiplicidade de agentes que incluíam fontes – desagregadas em fontes oficiais e fontes não oficiais –, o que permite agora compreender melhor a relação de cooperação e conflito entre jornalistas e fontes.

No dito “*enjeu*” de intriga, rivalidade e concorrência” de que fala Santos, Ericson *et al.* (1989, p. 377) consideram que se trava uma luta pelos signos preferidos por determinados significados nas notícias. Para os autores, a relação jornalista-fonte assume vários níveis, alguns deles menos visíveis do que outros. Segundo eles, o texto noticioso precisa de ser visto como uma troca e interacção de jornalistas e fontes de informação, de modo a conseguirem alcançar o seu objectivo, a produção da notícia. Ericson *et al.* fazem ainda questão de referir que, para eles, “a notícia é um espaço de luta e dominação de agentes sociais que mobilizam recursos materiais, simbólicos e de reconhecimento” (1989, p. 377).

1.1 Campo Jornalístico e Agendamento

Para o estudo do campo de notícia, há ainda que ter em conta a noção de campo jornalístico de Bourdieu (1997, *cit. in* Santos, 2006, pp. 18 e 19), termo que o autor propôs na adaptação do conceito primeiro de campo, ao mundo jornalístico. O autor definiu-o como o lugar de uma lógica específica imposta aos jornalistas por meio de condicionamentos e controlos – como a honorabilidade profissional ou a deontologia.

Bourdieu defendia que existem na estrutura de relações objectivas que forma o campo, invariantes que se concretizam na relação com um determinado campo. Assim, no campo político, por exemplo e, segundo o autor, as invariantes constituem-se por esquerda e direita, pólos esses em que se tende a organizar o campo.

O autor olhava para o conceito de campo político e entendia-o como “o lugar onde se geram, na concorrência entre agentes envolvidos, produtos políticos, problemas, conceitos, análises, comentários e acontecimentos a escolher pelos cidadãos” (1989, *cit. in* Santos, 2006, p. 18). Isto propicia a que, no interior do campo, os ocupantes de posições dominantes e dominadas efectuem lutas de diferentes formas, o que, de acordo com Santos (2006, p. 18) não significa, porém, que constituam grupos antagonistas. Para além disto, Bourdieu aplica ainda o conceito de campo também ao domínio religioso, artístico, intelectual, literário, científico e jurídico, pois encontra em todos estes campos, semelhanças estruturais e funcionais.

Não obstante, a construção de campo de Bourdieu foi trabalhada por seguidores, tal como é o caso de Marchetti (1998, *cit. in* Santos, 2006), que analisou as transformações no campo jornalístico nas duas últimas décadas do século XX. Entre elas, o autor destacou o aparecimento das televisões privadas e a entrada na profissão de uma nova geração de jornalistas e que o autor considerou mais disponível para criticar as instituições oficiais e politizar os temas. Percebemos assim que os *media* noticiosos, e a televisão em especial, constituem um espaço estratégico que determina quais os problemas a debater publicamente e o modo como devem ser percebidos pelo público.

Na sequência da linha de pensamento de Bourdieu e Marchetti, Neveu (2001, *cit. in* Santos, 2006, p. 20) sublinhou que as tensões no campo jornalístico expressam a conflitualidade dos jornalistas. Para o autor, no campo estruturado cada jornal e cada jornalista percebe-se numa rede de estratégias, apoios e lutas que os ligam a outros membros do campo.

“Ao modelo de jornalismo ligado a valores de objectividade, rigor deontológico e distanciamento crítico e de análise, opõe-se o jornalismo dependente das receitas do marketing e dos públicos, em que a capacidade do profissional se mede pela criação de audiências, por trabalhar em directo e se exprimir em linguagem emotiva ou sensacionalista. A autonomia do modelo conquistado no campo jornalístico aparece, assim, posta em causa pelas lógicas do campo económico” (Santos, 2006, p. 20).

Ao analisar esta questão, entendemos que o conceito de campo jornalístico em Bourdieu é idêntico à dos diversos autores em si filiados, que defendem que o campo jornalístico se ocupa “dos jornalistas e dos agentes especializados que fazem as notícias” (Santos, 2006, p. 20). No entanto, nada ou pouco diz sobre as fontes de informação, agentes sociais também imprescindíveis no circuito de comunicação da notícia.

Schlesinger (1990, *cit. in* Santos, p. 18), por seu turno, fundamentado na noção de campo intelectual de Bourdieu (1997, *cit. in* Santos, 2006, p. 19) como sistema de relações sociais onde ocorre a criação de um acto de comunicação, desenvolveu um modelo de sociologia do jornalismo assente num trabalho empírico. Derivado dos resultados que obteve neste trabalho, Schlesinger contesta o fechamento do campo jornalístico e aponta o peso desse facto, para as fontes de informação.

Schlesinger tentou conceptualizar as relações entre os *media* noticiosos e as fontes, que, segundo ele, estão muito centradas nos estudos dos *media* de modo a tentar alargar o conceito de campo jornalístico. Para além das lutas e interpretações dos jornalistas face aos acontecimentos, incorporam-se também as fontes de informação. Schlesinger (1990, *cit. in* Santos, 2006, p. 19) advoga ainda uma sociologia das fontes capaz de analisar as estratégias e as táticas das fontes de informação que, dotadas de recursos, pretendem

alcançar os media noticiosos. Para tal, o autor apoia-se nos conceitos de “primeiro definidor” (Hall *et al.*, 1978, *cit in*. Ribeiro, 2009) e de campo (Bourdieu, 1989, *cit. in* Santos, 2006, p. 19), mas dá, contudo, vantagem à perspectiva de Bourdieu, devido à centralidade da noção de acção estratégica, que conduz os actores culturais a concorrerem através de formas variadas de capital como recurso.

“No espaço do campo jornalístico, por exemplo, cada jornal e jornalista toma consciência de si e do outro através de uma rede de estratégias, apoios e lutas que os ligam a outros membros do campo, e as tensões, existentes nesse local estruturado de relações objectivas e subjectivas, denotam a conflitualidade dos jornalistas (Neveu, 2001 *cit. in* Santos, 2006, p. 20) ”.

É ainda no espaço do campo jornalístico que se assiste ao confronto entre organizações pelo “negócio” da notícia, ideia proposta por Ericson *et al.* e que Bordieu define como “retoma”. O sociólogo francês afirma que a luta entre jornalistas e organizações noticiosas distintas obriga estes profissionais ao visionamento de tudo o que se produz com o intuito de encontrar algo novo e do exclusivo. Por este facto, é possível que as informações passem de um meio noticioso para outro (mais importante) que as amplia e lhes dá novos focos de atenção, fazendo delas acontecimentos importantes.

Assim se efectiva a “retoma”, fazendo com que um assunto ou tema se torne “produto de um processo colectivo e circular, com cada meio noticioso a “agarrar” os assuntos lançados por outros *media* e a conceder importância aos acontecimentos” (Santos, 2006, p. 20), conceito também partilhado por Marchetti (1998). Não obstante, para Santos (2006, p. 20) todo este cenário permite concluir que os meios de comunicação noticiosos se apresentam como um espaço estratégico definidor dos temas a debater publicamente – agendamento – bem como da forma como estes devem ser entendidos pelo público.

Outra definição de campo jornalístico é dada por Traquina (2000), enquanto “conjunto de relações entre agentes especializados na elaboração de um produto específico”, a

notícia. Traquina trabalhou ainda o conceito de agendamento, constituído por três componentes – agenda mediática, pública e política. Por sua vez, a relação entre as várias agendas constitui também a razão de ser da investigação de Rogers, Dearing e Chang (1991, *cit. in* Santos, p. 23), que definem a agenda como “conjunto de questões surgidas num dado momento e classificadas numa hierarquia de importância”.

Centrando-nos agora um pouco na questão do agendamento, Rogério Santos (2006, p. 24) por exemplo via-a como “a interacção de diferentes agendas, no que diz respeito ao modo como nasce uma questão e se torna central nas notícias, quando apoiada por novas informações e interpretações”. O autor defende que o agendamento remete para o trabalho constante de agentes promotores de acontecimentos e interesses próprios que eles colocam. Este conceito ganha significado neste ponto porque, segundo o autor, visto o campo de notícia ser entendido como terreno de disputa, conflito e negociação entre jornalistas e fontes, ganha maior peso quando os agentes sociais apostam em agendar temas para definir objectivos políticos, sociais ou económicos e em manter o controlo informativo em seu próprio benefício.

Rogério Santos explica que não são só os jornalistas e os meios noticiosos que operam no estabelecimento da agenda pública pois, segundo ele, “também as fontes como as altas instâncias políticas e governamentais, estruturam as suas estratégias com igual desígnio”. Pode-se entender então que, se o campo em Bourdieu se estabelece em torno de dois pólos, os jornalistas “intelectuais” e os jornalistas “comerciais”, dá-se aqui uma necessidade de alargar o conceito em si às fontes de informação.

1.2 Campo Estruturado

Com o objectivo de conceptualizar as relações entre os *media* noticiosos e as fontes, Schlesinger e Tumber (1994, *cit. in* Santos, 2003, p. 38) propõem o conceito de campo estruturado, local onde, para além das lutas e interpretações dos jornalistas face aos acontecimentos, as fontes de informação participam no processo de produção de notícias.

“A informação que origina a notícia aparece ancorada em afirmações e tomadas de posição das vozes e fontes de informação, que as relatam directa ou indirectamente aos jornalistas” (Schlesinger e Tumber, 1994, *cit. in* Santos, 2003, p. 38).

O campo estruturado de Schlesinger (1990, *cit. in* Santos, p. 22), por exemplo, enquanto interacção e confronto entre duas estruturas baseadas em conjuntos particulares de relações individuais (que são as fontes de informação e os jornalistas), segue a noção de troca e interacção social de Tunstall que afirma:

“Ao nível organizacional, um número de organizações de fontes, que concorrem e cooperam umas com as outras, confronta um número de organizações jornalísticas, que também concorrem e cooperam. As fontes noticiosas individuais ou as organizações noticiosas podem ver-se constringidas pelas organizações que concorrem (e cooperam) e pela sobreposição de leitores e audiência” (Tunstall, 1971, p. 185).

Pelo conceito de campo estruturado, Schlesinger observa as arenas institucionais do processo de justiça criminal. O autor examina as actividades concorrentes dos corpos oficiais do Estado, semi-oficiais e não-oficiais, relacionados com um número de campos intelectuais sobrepostos e que interessam à justiça e lei, ordem social, criminal e sistema prisional (Schlesinger 1990, *cit. in* Santos, 2006, p. 24).

Schlesinger destaca as fontes de informação inseridas em campos habitados onde se estabelece a luta pelo acesso aos *media* noticiosos. Segundo ele, no campo estruturado, as fontes de informação mostram-se “empreendedoras políticas” porque usam todos os recursos possíveis dentro de um quadro de constringimentos e desafios. Se o campo em Bourdieu se estabelece em torno de dois pólos, os jornalistas “intelectuais” e os jornalistas “comerciais”, Schlesinger (1990, *cit. in* Santos, 2006, p. 30), enquanto interacção e confronto entre duas estruturas baseadas em conjuntos particulares de relações individuais – fontes de informação e jornalistas – segue a noção de troca e interacção social de Tunstall.

De acordo com Schlesinger, o campo estruturado assume-se como o palco da interação entre jornalistas e fontes de informação, uma relação que, segundo ele, passa pelo confronto entre estas, que concorrem e colaboram entre si, com jornalistas que também colaboram e concorrem entre si (*cit. in Santos 2003, p. 22*). No entanto, aquilo que acontece é que a interação envolve mais do que a troca entre uma fonte de informação e um jornalista para ocorrer entre dois grupos, profissões e tipos de organizações.

Deste modo, o campo estruturado é apresentado como “interação e confronto entre duas estruturas baseadas em conjuntos particulares de relações individuais – fontes de informação e jornalistas (...)” (Schlesinger *cit. in Santos, 2006, p. 22*). Em virtude de todas estas considerações, Santos (1997, p. 17) propõe o conceito de campo de notícia, identificando-o como:

“O resultado do fluxo de informação que transita entre fontes e jornalistas, intervindo diversos participantes dos dois lados, com comportamentos que compreendem o conflito e o compromisso, actuando em cadeia e com efeitos de interinfluência”.

1.3 Campo de Notícia, espaço dos Jogos de Interesses e Conflitos

O principal componente da produção noticiosa é o campo de notícia, elemento essencial para a compreensão do trabalho dos jornalistas na sua relação com as fontes de informação. Elaborado a partir da noção de campo jornalístico em Bourdieu (1997, *cit. in Santos, 2006, p.20*) e do qual já falamos anteriormente, o campo de notícia é um espaço de relações sociais em torno de um desafio com ganhos e perdas por parte dos agentes intervenientes.

Visto termos a intenção de estudar o modo como fontes de informação e os jornalistas operam na produção da notícia, sentimos necessidade de construir um modelo que identifique e aprofunde a relação das duas partes. O exemplo de um modelo simples daquilo que necessitamos é o do jogo entre duas pessoas ou entidades. Rogério Santos

(2006, p. 33), que lançou esta hipótese, explica que “a fonte de informação e o jornalista constituem um par que joga e trava uma disputa quanto ao significado do acontecimento a noticiar”. No entanto, Ericson *et al.* (1989) advertiu para o facto de a realidade ser mais difusa e complexa, tal como defendeu também Tunstall (1971).

“Há uma interacção múltipla de agentes sociais, com pesos e influências diferentes: o confronto entre jornalista e fonte noticiosa amplia-se pela presença diversificada de agentes sociais de ambos os lados, em que cada um tenta mobilizar o significado do acontecimento para seu proveito”. (Ericson *et al.*, 1989)

Para Santos, o campo de notícia é um “lugar de interacção” onde os agentes tomam decisões, produzem interpretações e negociam o controlo dos acontecimentos e os seus significados. Ou seja, este acaba por ser um espaço promotor de diálogo onde se assiste à cooperação e convergência entre as partes, tendo sempre em mente a autonomia de cada uma delas, de modo a preservar o público e o privado da fonte e os interesses informativos do jornalista. O investigador defende que “o campo de notícia, enquanto lugar de interacção, projecta valores e poderes e implica o jogo de papéis, estatutos e dispositivos” (1997, p. 33).

No que diz respeito às fontes, Santos (2006, p. 34) afirma que os valores passam pela narratividade (homogeneidade de produtos de relações públicas), argumentação; gratificações (actos em que os presentes pertencem a um círculo por oposição aos ausentes que não lhe pertencem); performatividade (o dizer e publicitar é já fazer; influência e sedução – procura de afirmação e poder).

No que diz respeito aos jornalistas, estes estão presentes no campo de notícia enquanto espaço de interacção, valores organizativos e profissionais como o enquadramento (o jornalista estrutura na notícia o significado simbólico do acontecimento); a visualização (o modo como o jornalista representa os seus próprios valores; profissionalismo) as normas, a selecção de fontes, o juízo atribuído às afirmações de fontes, os locais de trabalho do jornalista e os sistemas de recompensa. Posto isto, percebemos que jornalistas e fontes desenvolvem estratégias diferentes, ou seja, enquanto os primeiros

enquadram os acontecimentos em termos de noticiabilidade para os transformarem em notícia, os últimos prosseguem estratégias de relações públicas e de promoção das suas actividades, escondendo ou censurando os pontos negativos.

As relações que estes agentes estabelecem implicam, assim, uma procura constante pelo equilíbrio entre o que cada uma das partes dá e recebe. Esta troca implica a existência de um jogo em que os intervenientes por um lado, participam nele e, por outro, o controlam. Assim sendo, este é um lugar de luta entre detentores de poderes diferentes. Não obstante, visto o campo de notícia ser também o local onde se negocia e se pretende obter supremacia, o campo de notícia é visto, também, como um lugar de concorrência e de lutas pelo poder.

Para além disto, o campo de notícia assume-se ainda como lugar de dominação, sendo que nele se assiste a um afrontamento de posições entre fontes e jornalistas, em que cada jogador utiliza os recursos que possui no sentido de conseguir exercer influência e obter supremacia. Desta forma, é possível afirmar que, de um modo geral, as notícias reproduzem o poder e a autoridade. O que acontece é que elas apresentam a versão autorizada ou oficial da realidade, favorecendo, por isso, os interesses das fontes que possuem o peso da autoridade que, de acordo com Schlesinger (*cit. in Santos, 2006, p. 22*), são especialmente as que se situam no interior do aparelho de estado.

Posto isto, Ericson *et al.* (1989, p. 3) afirmam que as fontes e os jornalistas negociam o controlo da informação e o conhecimento, numa dialéctica entre conhecimento e poder, caracterizada pelo secreto e pelo revelado, ou seja, pelo visível e pelo silêncio (o que é dito e o que se esconde). Para o autor, “o controlo do conhecimento quanto às boas ou más notícias é contextual, equívoco, transitório e não resolvido”. Pode dizer-se, assim, que o resultado da luta ou da negociação entre os envolvidos depende do contexto, do tipo de fonte e do tipo de jornalista.

Não obstante, o campo de notícia pode também classificar-se como lugar de exploração e de intimidação, pois as relações entre fonte e jornalista podem atingir formas de

pressão, precisamente como a exploração e a intimidação. No entanto, a relação entre jornalista e fonte tem, ainda e também, um carácter de cooperação. De acordo com Santos (2006, p. 18), o modelo definitivo de análise nas relações entre fontes de informação e jornalistas atende a múltiplos equilíbrios e supremacias.

Rogers, Dearing e Chang (*cit. in Santos, 2006, p. 18*) defendem, que:

“neste *enjeu*, com intrigas, rivalidades e lutas, a estrutura é a de um jogo com vários níveis ou círculos, em que se estabelece uma teia sujeita à relação das agendas política, pública e jornalística”.

No campo de notícia os agentes sociais – jornalista e fonte de informação – disputam o significado dos acontecimentos a noticiar, numa espécie de jogo em que ambas as partes tentam mobilizar esse significado para proveito próprio. Aqui, o confronto apresenta-se como uma forma de relacionamento dos agentes num determinado momento. No entanto, as relações entre estes podem também ser de cooperação, tal como veremos mais adiante.

O campo de notícia é o lugar onde ocorrem todas as relações entre jornalistas e fontes, e que influem na produção de notícias. São os diferentes tipos de relações que as partes estabelecem que moldam e o caracterizam.” Constrói-se um modelo de espaço, arena ou campo de luta, sujeito ao conflito e à negociação” (Santos, 2006, p. 18). O campo de notícia é, por isso, entendido como terreno de disputa, conflito e negociação entre jornalistas e fontes e que ganha maior peso quando os agentes sociais apostam em agendar temas para definir objectivos políticos, sociais ou económicos e manter o controlo informativo em seu benefício.

Neste espaço social estruturado, cada agente marca a sua posição pessoal pela afirmação da força que detém na luta com outros agentes e pelas estratégias que adopta, sendo que o campo ganha também sentido quando as relações estabelecidas pelos agentes se efectivam em oposições e distinções. Existem, na estrutura de relações objectivas que

formam o campo, invariantes, isto é, pólos opostos, segundo os quais o campo tendencialmente se organiza.

Como já vimos, no campo de notícia ocorre uma luta entre várias agendas, onde, de acordo com Santos (2006, p. 26), se procura definir os temas e a orientação a dar-lhes. O que acontece é que se dá uma disputa sobre quais os acontecimentos que interessa promover e divulgar, bem como o significado a atribuir a cada um dos acontecimentos. Santos (2006, p. 26) explica que há por parte das fontes uma postura activa (mobilizar recursos, protagonizar e vigiar a concorrência das outras fontes) ou uma postura passiva (esperar para reagir).

Percebemos, com isto que as fontes e os jornalistas podem exercer uma forma de intimidação uns perante os outros, sendo o campo de notícia palco desse relacionamento entre ambos. Deste modo, a intimidação ocorre quando a fonte pratica um poder persecutório face ao jornalista, ou quando a exerce no interior da organização noticiosa, por exemplo, através de ligações políticas ou económicas.

Por seu turno, o jornalista pode ainda estar a utilizar a intimidação na relação com as fontes se não respeita o embargo ou se divulga informações que lhe foram dadas em *off the record* pondo, por isso, em perigo, o agente divulgador de informação. Consequentemente, o campo de notícia enquanto lugar de intimidação é, também, espaço de degradação da relação entre estes agentes sociais.

2. A principal identidade da prática jornalística – os jornalistas

De acordo com Felisbela Lopes (2000, p. 347), os jornalistas devem guiar-se por um manual de conduta próprio, bem como ter um comportamento específico face às suas eventuais fontes de informação, e que a autora idealiza como sendo:

“Tratar todos os intervenientes dos acontecimentos de igual forma, não procurar informações com o objectivo de devassar gratuitamente a vida privada em nome de

um sensacionalismo cada vez mais em voga, identificar sempre quem nos fornece informação, respeitar o princípio contraditório, ou seja, ouvir a parte acusadora, mas também a acusada”.

Habitualmente, a relação entre jornalistas e fontes de informação é complexa, marcada por rotinas e interesses variados, apoiada num confronto algo difícil de gerir entre aquilo a que denominamos de esfera pública e esfera privada. No entanto, e como já foi referido, essa relação é sobretudo negociada. Rogério Santos (2006) defende esta posição com base numa observação directa que realizou, bem como através de entrevistas que fez e da análise de documentação e de imprensa, o autor entende, por isso, que a notícia é fruto da relação e negociação entre jornalistas e fontes, de jornalistas, de várias fontes, de meios noticiosos, de organizações e da sociedade em geral” (Santos, 2006, p. 29).

As décadas de 80 e 90 serviram de palco de tempo para a investigação do autor. Por sua vez, notícias sobre a sida serviram de núcleo a partir do qual Rogério Santos tentou descobrir como se relacionam o jornalista – “o profissional que recolhe informação e produz notícias” – e as fontes de informação – “o agente que promove um acontecimento e o torna notícia pelo contacto com os jornalistas” (2006, p. 21).

Nesta pesquisa, Rogério Santos (2006, p. 30) detectou que os agentes sociais e as organizações procuram, uns e outros, “definir um significado próprio sobre o acontecimento”, isto porque o relatam de acordo com as suas perspectivas pessoais e organizacionais e tentam ainda “manter a reputação pública”, ao mesmo tempo que procuram reter toda e qualquer informação que lhes afecte a imagem. Apesar de estar ciente que hoje, mais do que nunca, é essa a base do agendamento dos conteúdos das televisões, rádios e revistas, Rogério Santos revela que o seu intuito foi perceber “que histórias interessam aos jornalistas, como funcionam as organizações noticiosas e de que forma os *media* trabalham os seus recursos e rotinas” (2006, pp. 34 e 35).

Contudo, outras questões se colocam a este nível e que nos interessam tentar perceber, tais como: quais as fontes de informação que falam nas notícias? Que enquadramentos

são escolhidos para tornar os acontecimentos apelativos aos olhos dos jornalistas? Neste caso, Santos considera que, acima de tudo, importa perceber que “o que lemos na notícia resulta de um processo complexo, em que nem todas as interações aparecem visíveis no texto em si” (2006, p. 40). Segundo o investigador, a abordagem da relação jornalista-fonte não é nova, nem sequer original. Por essa razão, Santos afirma que o pressuposto básico do raciocínio que aqui convém desenvolver é o de que a negociação entre jornalistas e fontes de informação se resolve, em última análise, a um nível informal e privado e é uma relação mediada por uma condição essencial, a confiança.

2.1 Cultura Jornalística

Sendo o jornalista um veículo de conhecimento e informação, este deve rodear-se de particulares cuidados nos contactos que habitualmente mantêm com as fontes. Por exemplo, escrever uma peça noticiosa a partir de uma única fonte pode colocar ao jornalista sérias dificuldades para justificar a sua “boa fé” nos factos que, depois, se possam vir a comprovar ser falsos.

Não obstante, no que diz respeito aos acontecimentos que, por exemplo, ponham a nu a integridade moral das pessoas, o jornalista tem também de ter cuidados acrescidos, algo que é, no entanto, estipulado pelo Código Deontológico e rigidamente regulamentado a nível jurídico. Ora vejamos, olhando pela vertente da lei penal. A comunicação social é alvo de uma punição agravada em caso de comprovação de injúria ou mesmo difamação (art. 184.º).

No que concerne à Lei de Imprensa, remetem-se os limites da actividade jornalística para a Lei Fundamental e para os preceitos legais fixados pelos diferentes códigos existentes. Algumas alterações foram feitas relativamente à lei vigente anterior, principalmente nos campos da autonomia que era concedida aos jornalistas. Reforça-se, agora, a protecção do sigilo profissional e da cláusula de consciência.

Contempla-se, ainda, o princípio da não-discriminação no acesso dos profissionais da comunicação aos locais públicos onde decorrem acontecimentos susceptíveis de serem mediatizados (art. 22.º). Refira-se ainda o facto de a Lei de Imprensa reafirmar, logo no seu primeiro artigo, “o direito de informar, de se informar e de ser informado, sem impedimentos nem discriminações” e ainda de salvaguardar os jornalistas de “qualquer tipo ou forma de censura”.

O Estatuto do Jornalista, prevê que este deve sempre identificar as suas fontes de informação, no entanto, devemos ter clara consciência de que, nem sempre, é possível cumprir esse imperativo profissional. É por isso que, a maioria dos códigos deontológicos confere, aos profissionais da informação, a possibilidade de avançarem com a notícia, mesmo não estando em condições de revelar as suas fontes.

O mesmo Estatuto, aprovado a 13 de Janeiro de 1999, proclama como direitos fundamentais dos jornalistas, “liberdade de expressão e de criação”, “liberdade de acesso às fontes de informação”, “garantia de sigilo profissional” e ainda, “garantia de independência”. No que diz respeito aquilo que estamos aqui a estudar, as fontes de informação, pode-se referir que se deu um avanço significativo na relação entre os *mass media* e os órgãos da Administração Pública. Felisbela Lopes (200, p. 347) diz:

“Até à reformulação deste Estatuto, os jornalistas gozavam – de acordo com o Código de Procedimento Administrativo – substancialmente dos mesmos direitos de que dispunha qualquer interessado”.

No entanto, como explica Lopes, a partir da última reformulação desta Lei, a Administração passa a estar obrigada a prestar informações aos jornalistas, devendo as recusas serem fundamentadas. Por outro lado, vedadas aos jornalistas estão as informações relativas a processos que se encontrem em segredo de justiça; os documentos que revelem segredo comercial, industrial ou relativo à propriedade literária, artística ou científica; bem como os documentos que sirvam de suporte a actos preparatórios de decisões legislativas ou ainda de instrumentos de natureza contratual (art.8.º).

Também a tutela do direito do sigilo profissional é consideravelmente ampliada. O número 1 do artigo 11.º desvincula os jornalistas da obrigação de “revelar as suas fontes de informação, não sendo o seu silêncio passível de qualquer sanção, directa ou indirecta”. Para além das fontes, o direito ao sigilo tutela também os arquivos jornalísticos (de texto, som ou imagem) e todos os documentos passíveis de as revelar.

Évora pronunciou-se acerca desta questão e, segundo o autor, a necessidade de atribuir as notícias às suas respectivas fontes, é uma das tarefas que se inscreve nas rotinas diárias dos jornalistas, tendo estes profissionais que tomar, como regra de base, a identificação das suas fontes. Por esse facto, a credibilidade das notícias depende, muitas vezes, da credibilidade da própria fonte de informação.

Por seu turno, Herbert Gans (1979) constatou que,

“a credibilidade das fontes disponíveis é determinada pelos jornalistas com base num número de considerações interligadas sobre as fontes, em função de um objectivo primordial – a eficiência”.

Rogério Santos, por sua vez, refere que “os jornalistas estabelecem uma hierarquização dos seus contactos” (1997, p. 166). Ou seja, os jornalistas procuram as suas fontes, tendo em conta os factores a que mais dão valor. Neste caso podem ser, por exemplo, a credibilidade, a sua posição ou estatuto na sociedade, o conhecimento ou relacionamento com o assunto em questão, entre diversos outros.

Santos (1997) por sua vez, entende que, diante de uma fonte importante, que possui categoria e acesso ao poder, o profissional da informação acaba por tolerar as suas falhas e as suas próprias arrogâncias. Ou seja, muitas fontes, mais do que capacidade de aceder aos meios de comunicação social, têm também o poder de evitar serem contactadas.

Entretanto, Moloch e Lester (1974, *cit. in* Traquina, 1993) salientam que os presidentes e os membros importantes do Governo têm maior acesso aos jornalistas pela “importância” das suas afirmações. O conceito de “news promoters”, apresentado pelos autores, aproxima-se desta realidade do poder de facilitar ou dificultar o acesso à informação. Os autores usaram este conceito para caracterizar as fontes que tentam promover determinadas ocorrências à categoria de notícias ou que tentam impedir que outras ocorrências se transformem igualmente em notícias. Ou seja, para os autores, a intencionalidade é a razão de ser do que a fonte divulga e do que não divulga.

Moloch e Lester (1974, *cit. in* Traquina, 1993) afirmam que as fontes se aproveitam das rotinas jornalísticas para as actividades de promoção de notícias. Para eles, defende Sousa, as fontes poderosas beneficiam da capacidade de alterar as rotinas a seu favor, tendo um acesso regular aos meios de comunicação, para além de que é, por esse motivo, “que os *news media* agem no sentido da manutenção de uma espécie de hegemonia ideológica no meio social”. (Sousa, 2002, p. 2) No entanto, o investigador refere ainda que os autores reconhecem aos jornalistas uma dose elevada de autonomia no jogo negocial que estabelecem com as fontes, em torno da definição do que é notícia e dos seus respectivos enquadramentos.

Sousa lembra que, opinião oposta à de Moloch e Lester (1974, *cit. in* Traquina, 1993) é a de Hall *et al.* (1978), que consideram que determinadas fontes poderosas conseguem definir os enquadramentos que dão sentido às notícias, recusando a ideia de que os jornalistas têm grande autonomia nesse “jogo negocial”. Essas fontes são, classificadas pelos autores como “primeiros definidores”. Para além disso Sousa refere ainda a opinião de Gans (1979) que defende que existem vários tipos de fontes informativas (institucionais, oficiosas, provisórias; passivas e activas; conhecidos e desconhecidos) que interagem num sistema que alberga jornalistas (especializados ou não especializados) e público(s).

Gans (1979, p. 26) transmite ainda a ideia de que as fontes tentam fazer passar a informação que mais lhes interessa, enquanto os jornalistas procuram obter informações que as fontes, por vezes, pretendem esconder, ao explorar ângulos alternativos.

Entretanto, importa lembrar que o autor nunca abandonou a sua perspectiva construcionista da notícia, defendendo, por isso, a autonomia dos jornalistas no jogo negocial que estes estabelecem com as fontes, em torno da definição do que é notícia e dos seus significados. Todavia, o autor realça que existem vários factores que influenciaram a dominância de determinadas fontes sobre outras, como o poder das fontes, a sua credibilidade e a sua proximidade em relação aos jornalistas.

2.2 Rotinas Produtivas dos Jornalistas

Segundo Gans, os jornalistas escolhem as fontes em função da sua conveniência, aferida não só em termos de fiabilidade e respeitabilidade, mas também em termos de capacidade de produção de informação. Para além disso, para o autor, as fontes capazes de antecipar informações aos jornalistas tendem a ser mais seleccionadas. Porém Santos (2006, p. 29) considera que existe uma “circularidade entre a notícia e a realidade”.

De acordo com o pesquisador, a notícia aponta a realidade, mas não é a própria realidade, é sim, aquilo a que Berger e Luckman (1999, *cit. in* Santos, 2006, p. 29) designam de “construção social da realidade”. Importa, neste sentido, perceber que a notícia é elaborada por promotores de acontecimentos e jornalistas que, por sua vez, as fazem chegar às audiências.

“O jornalista faz a cobertura, selecciona e dissemina *estórias* dentro de determinados aspectos sociais e organiza a realidade apresentada na notícia. Há como que um modelo circular em que os protagonistas da notícia se inserem na construção dessa realidade” (Newman *et al.*, 1992, *cit. in* Santos, 2006, p. 29).

Rogério Santos ao falar do conceito de jornalista refere dois tipos de jornalistas: os generalistas e os especialistas. Segundo ele, o jornalista generalista tem uma multiplicidade de tarefas que exigem conhecimentos das matérias sobre as quais escreve. Para além disso, Santos afirma que, pela dispersão de assuntos, este tipo de jornalista vê-se obrigado a saltar de matéria em matéria, o que, no entanto, não permite consolidar conhecimentos. O autor explica, ainda, que estes jornalistas contactam, por

diversas vezes, as fontes noticiosas através do telefone, o que prova que “não têm muita informação sobre elas e sobre os assuntos a abordar”.

“Se isso é significativo numa área geral, em ciência torna-se fulcral: escrever um trabalho ocupa bastante tempo, o jornalista não sabe lidar com o jargão técnico, nem decidir qual a informação importante ou chegar junto do cientista adequado. O jornalista generalista realça o incidente dramático ou espectacular e não o processo social que lhe deu origem; superioriza o acontecimento e não a problemática” (Santos, 2006, pp. 46 e 47).

Na opinião de Évora (2005), o jornalista antes de informar o público, tem que se informar. Ou seja, quando o jornalista não acede aos factos através da sua presença no terreno, quem normalmente informa os jornalistas é a sua fonte de informação. Neste caso, o direito à liberdade de expressão é uma garantia fundamental da fonte, que a permite fornecer aos jornalistas as informações que tem na sua posse. Para além disso, uma outra escala da liberdade de informar recai sobre os próprios jornalistas, sendo que Évora afirma que “estes, depois de terem acesso aos factos que dão origem à notícia, têm o dever, enquanto profissionais do sistema democrático, de informar os cidadãos” (Évora, 2005, p. 4).

Podemos dizer, de modo talvez redutor, que o jornalismo procura dar publicidade às matérias – factos, eventos, declarações – que os jornalistas consideram de interesse público, ao passo que as fontes organizadas, enquanto promotoras ou porta-vozes de instituições, procuram dar publicidade às matérias que interessam a essas instituições. Segundo Ericson *et al.* (1989), os jornalistas,

“ao procurarem a visibilidade através dos media, movem-se, por conseguinte, por uma lógica privada – naturalmente legítima, mas privada – quer se trate de instituições juridicamente privadas, como sejam as empresas, associações e grupos da sociedade civil, quer se trate de entidades públicas, como partidos políticos, instituições de utilidade pública e órgãos do Estado”.

Parafraseando Sousa (2002, p. 4), a fonte procura aceder aos meios jornalísticos através de táticas destinadas a garantir a sua notoriedade e reconhecimento perante os jornalistas, tal como a continuidade nos contactos e o desenvolvimento de rotinas produtivas. Porém, Sousa lembra a opinião de Santos (1997), quando este afirma que a “credibilidade da fonte depende sempre da instituição”. Sousa salienta, ainda, que os jornalistas, por seu turno, processam a informação de acordo com os objectivos e a cultura da organização noticiosa que os enquadra.

Por um lado, se é certo que as fontes possibilitam diferentes graus de acesso à informação de que dispõem, podemos verificar que também é verdade que os jornalistas não são meros intermediários ou observadores. De acordo com Pinto (2000, p. 286), estes têm ou podem ter um papel activo no material que seleccionam para divulgar no enquadramento e contextualização das informações que obtêm junto das fontes, e no destaque que lhes conferem ao nível da difusão. De acordo com Ericson *et al.*, (1989) “a notícia não é formulada segundo o contexto da fonte ou os critérios das testemunhas, mas reformulada segundo as normas do discurso noticioso”.

O autor Henri Pigeat (1997, *cit. in* Évora, 2005, p. 8) revela, na sua teoria, uma contradição entre o dever de informar e o sigilo profissional, salientando que, mesmo nas notícias em que a fonte se esconde atrás da capa do anonimato, deve-se dar elementos que credibilizam a informação, aos olhos do público. Por outro lado, Lelvin Mencher (*cit. in* Évora, 2005, p. 10) traça quatro razões pelas quais os jornalistas devem atribuir as notícias às suas respectivas fontes:

1. A identificação das fontes serve para dar força e credibilidade ao material informativo;
2. É impreterível divulgar as fontes quando se divulga opiniões e pontos de vista diversos ou antagónicos relativamente aos factos;
3. Deve identificar-se as fontes, quando o jornalista não está completamente seguro da exactidão da informação, embora, nesses casos, entendamos que a divulgação

da notícia deve ser antecedida de um grande trabalho de investigação, para se apurar a veracidade dos factos e evitar que, fontes bem organizadas ou interessadas manipulem os profissionais da informação.

4. Por último, a identificação das fontes faz sentido, quando há uma divulgação pública de conclusões ou declarações sobre o assunto que está na base da notícia.

Blumler e Gurevitch (1995, *cit. in* Ribeiro, 2009, p. 45) mostram que a relação entre jornalistas e fontes é uma relação de interesse mútuo. Ou seja, de acordo com os autores, os jornalistas estão tão interessados em obter informação quanto as fontes estão interessadas em dar determinadas informações com um determinado enquadramento ou em esconder as informações que não desejem ver no espaço público.

Como refere Sousa (2005, p. 4), as pressões exercidas pelas fontes sobre os meios jornalísticos foram estudadas por Curran (1996), no entanto, outro autor que Sousa fez questão de citar foi Hess (1984) que, por seu lado, defendeu que jornalistas e fontes tendem mais a reagir uns com os outros do que a iniciarem processos relacionais. Incansável, Sousa, fala ainda de Mancini (1993), que averiguou que as relações entre jornalistas e fontes oscilam, frequentemente, entre a suspeita e a confiança.

Face à alegada dependência dos jornalistas em relação às fontes, enquanto “canais de rotina” inerentes à produção noticiosa, Nelson Traquina (1993) retira três conclusões. A primeira é a de que a relação entre o jornalista e a fonte é “sagrada e protegida por lei”, sendo frequentes os casos em que as pressões para divulgação dos *deep throat* (garganta funda) são suprimidas em tribunal. Na segunda ilação, o investigador garante que o “jornalista sabe que as fontes de informação não são desinteressadas”.

O autor defende que para o jornalista poder acreditar na fonte, esta precisa provar a sua credibilidade. Para ele, “as melhores fontes são aquelas que já demonstram a sua credibilidade e nas quais o jornalista pode ter confiança” (1993, p. 172). No que diz

respeito à terceira conclusão, Traquina defende que “também no campo jornalístico opera a convenção da “credibilidade da autoridade”, ou seja, “quanto mais alta é a posição do informador, melhor é a fonte de informação”. Verificamos que, para Traquina, a posição de autoridade confere credibilidade. Segundo ele, algumas pessoas, pela posição que ocupam, sabem mais que outras, daí, terem acesso a mais factos e, por isso, a sua informação deve ser, em princípio, mais correcta. Partindo das três premissas apresentadas, Traquina chega a uma conclusão mais abrangente:

“As pessoas com mais autoridade, essas que têm contactos regulares com os profissionais do campo jornalístico, permitindo assim provar a sua credibilidade, são favorecidas no processo de produção de notícias” (1993, p. 173).

Entretanto, o autor revela-se pouco ou nada condescendente para com as organizações noticiosas, quando afirma firmemente que “uma parte significativa das notícias produzidas tem como base fontes que são profissionais” no negócio de lidar com o campo jornalístico (assinalamos aqui os profissionais de relações públicas), conhecendo por isso bem a mecânica do trabalho jornalístico” (1993, p. 173), nomeadamente:

- 1) A necessidade de matéria fornecida (*press releases*) assumirem certas formas e seguirem certas convenções;
- 2) O reconhecimento que um *timing* cuidado da informação divulgada pode influenciar não só a cobertura mas também o conteúdo da notícia publicada.

É a partir desta premissa que o autor chega à conclusão de que ocorre uma concorrência entre as fontes no acesso aos meios de comunicação social, sendo que algumas apresentam vantagens materiais e simbólicas sobre as outras. Jay Blumer e Michael Gurevitch (*cit. in* Ribeiro, 2009, p. 45), por sua vez, defendem que se entre as fontes existe uma prática concorrencial, na relação jornalista - fonte verifica-se uma dinâmica animada por objectivos claramente divergentes. Na opinião dos autores, que analisaram o relacionamento entre jornalistas e políticos o dia-a-dia da redacção da BBC entre 1966

e 1992, “os políticos precisam dos meios de comunicação social para transmitirem as suas mensagens, pelo que as adaptam aos formatos e géneros jornalísticos”. Por outro lado, e como explica Vasco Ribeiro (2009, p. 45):

“Os jornalistas não podem cumprir integralmente o seu papel de vigilância política (o quarto poder) sem terem acesso à informação disponibilizada pelos políticos. Há, pois, um ajustamento de papéis e uma convergência de interesses: a organização noticiosa permite aos políticos chegarem a uma vasta audiência através de um meio credível, enquanto os políticos disponibilizam aos jornalistas a informação necessária para conferir significado aos acontecimentos consumidos por essa mesma audiência”.

Por conseguinte, visto o potencial de conflito entre as partes ser controlado, prevalece aquilo a que Ribeiro chama de “cultura partilhada”, com mecanismos formais e/ou informais que evitam possíveis rupturas. Digamos que, do lado do jornalista, existe o respeito pelos embargos informativos, pelo anonimato das fontes e pela confidencialidade do *off the record*, por exemplo. Do lado da fonte, verifica-se uma compreensão pelo valor da imparcialidade e objectividade jornalísticas. Neste sentido, Blumer e Guerevitch (*cit. in* Ribeiro, 2009, p. 46) enfatizam, uma vez mais, a ideia de negociação ou troca entre jornalista e fonte, da qual tanto se fala ao longo deste trabalho.

Habitualmente, os jornalistas desenvolvem a sua actividade noticiosa de acordo com os propósitos e a cultura do meio de comunicação social que os enquadra. Para Rogério Santos, “o jornalista, após a selecção de acontecimentos, produz a notícia segundo normas e protocolos relativamente definidos, e que resultam no conjunto de reuniões formais e informais”, a que o autor chamou de “cultura de redacção”. Por este facto, a autonomia do jornalista depende do grau de liberdade que a organização noticiosa lhe concede e do prestígio profissional de que goza entre os seus pares (1997, pp. 193 e 194).

Partindo destes pressupostos, Rogério Santos defende, à semelhança de Gaye Tuchman (1978), que a notícia é uma construção social da realidade, isto porque, segundo ele, “a

adequação e produção de notícias implicam enquadramentos, rotinas e a recontextualização dos acontecimentos” (1997, p. 194). Tal como diversos outros autores já aqui referidos, Santos considera que os objectivos de fontes e jornalistas nem sempre coincidem, o que, segundo ele, “obriga a um esforço sempre permanente de diálogo, luta, relação simbiótica ou negócio”. Neste âmbito, o autor explica:

“a fonte procura revelar os acontecimentos favoráveis e escamotear tudo o resto que seja prejudicial aos seus interesses. Pelo contrário, o jornalista perscruta os desvios às normas comportamentais, desvalorizando, por isso, os factos que a fonte considera de sucesso” (1997, p. 194).

2.3 Paradigma do Agenda-Setting na Perspectiva de uma Teoria da Notícia

O conceito de *agenda setting* foi exposto pela primeira vez por McCombs e Shaw, em 1972. A evolução deste paradigma durante a sua existência como conceito teórico será aqui sublinhada tendo em conta dois aspectos: 1) a crescente amplitude e complexidade do conceito inicial; 2) o reconhecimento cada vez mais claro de um poder mediático (jornalístico) muito superior ao poder inicialmente postulado. A ideia básica deste paradigma na perspectiva de McCombs e Shaw (1977) baseia-se no pressuposto de que:

“a capacidade dos media em influenciar a projecção dos acontecimentos na opinião pública, confirmando o seu importante papel na figuração da nossa realidade social, isto é, de um pseudo-ambiente, fabricado e montado quase completamente a partir dos *mass media*”.

Os primeiros pesquisadores deste campo de investigação procuraram compreender quais os efeitos da propaganda durante e depois da “Grande Guerra”, o que lhes impôs a necessidade de uma melhor compreensão deste novo fenómeno, a emergência dos *mass media*. O paradigma do *agenda setting* surgiu nos anos 70 e representa desde então um regresso à problemática dos efeitos, devido à insatisfação com o paradigma dos efeitos limitados.

Ao contrário da tradição dos efeitos de estudar a mudança de atitudes e de opiniões, o trabalho de McCombs e Shaw visava estudar o papel dos *media* na formação e mudança de cognições. Este paradigma foi inicialmente avançado nas conclusões de um estudo publicado em 1972, mas cujo trabalho de campo foi realizado durante as eleições presidenciais americanas de 1968.

Nesta fase, McCombs e Shaw perceberam que:

“As provas deste estudo de que os eleitores tendem a partilhar a definição composta dos *media* acerca do que é importante, sugere fortemente uma função do *agenda-setting* dos *mass media*” (1972).

Cohen (1963), por sua vez, explicou que a base deste conceito consiste no facto de a imprensa poder, na maior parte da vezes, não conseguir dizer às pessoas como pensar, mas no entanto, tem uma capacidade espantosa de dizer aos seus próprios leitores sobre aquilo que devem pensar. Por seu turno, na opinião de Sant’Anna (2007, p. 88), as fontes não se limitam a tentar intervir sobre a agenda da imprensa tradicional, mas tentam também difundir, elas mesmas, a opinião pública. De acordo com o autor, com isso, passa a existir uma inversão de papéis no cenário tradicional da difusão de informações, em que as fontes assumem o papel de difusor.

“Estes actores sociais actuam com critérios editoriais próprios para definir os seus parâmetros de noticiabilidade e para seleccionar os temas a serem divulgados. Eventualmente, esses critérios divergem daqueles utilizados pela imprensa tradicional, propiciando, assim, uma diversidade maior de informações na esfera pública” (Cohen, 1963).

Apesar de tudo isto, não podemos, no entanto, esquecer que esses critérios devem assegurar um padrão de credibilidade, pois caso contrário, o esforço em falar directamente à sociedade perde-se no vazio, pela falta de audiência. Importa também perceber que, a fonte jornalística, que pode ser uma pessoa, organização ou qualquer espécie de documento ou publicação (Dalmaso, 2002, *cit. in* Ribeiro, 2009), não é apenas utilizada pelos *media*.

Os meios de comunicação, em diversas ocasiões, são pautados pelas próprias fontes, que querem ter o seu discurso amplificado e conhecido por inúmeras pessoas em todo o mundo. Contudo, os objectivos não são meramente narcisistas.

“Os executivos que convocam conferências de imprensa; os políticos que discursam por si mesmos ou pelos seus partidos; as lideranças que dão face e voz aos movimentos, sejam eles legais ou transgressores; os produtores culturais empenhados na divulgação jornalística dos seus eventos; o cientista solicitado como fonte de referência – todos, ao conquistarem o espaço da notícia, realizam acções institucionais, socializando discursos particulares. Fazem inevitavelmente propaganda” (Chaparro, 2006, *cit. in* Menezes, 2009).

O potencial da imprensa é aproveitado pelas fontes inclusive para atacar os seus adversários. Entretanto, as associações de classe, empresas, movimentos sociais – entendidos aqui como organizações – não amplificam e publicam os seus discursos apenas com a mediação da grande imprensa. Nessa guerra ideológica e argumentativa de ocupação e construção da agenda mediática, as organizações perceberam que é estratégico criar e gerenciar os seus próprios veículos jornalísticos.

“Possuir a sua própria *media* é tentar conquistar um pedaço de poder. A luta pelo conteúdo da agenda constitui-se de facto, numa disputa pela predominância dentro da esfera pública de determinadas ideias. Esta predominância pode influenciar, de entre outros efeitos, a definição de políticas públicas” (Sant’Anna, 2007, p. 90).

O autor declara que o debate na esfera pública passa a ser subsidiado também por veículos de comunicação institucionais¹. Organizações dos mais diversos sectores possuem emissoras de rádio e televisão, portais de internet, jornais e revistas impressas, ocupando de vez um importante papel no desenvolvimento da agenda mediática.

“Lado a lado com uma imprensa comercial poderosa e com um sistema público extremamente precário, que praticamente se limitam a ser porta-vozes do poder, a *Mídia* das Fontes busca interferir no processo de construção da notícia (*news*

¹ A que Sant’Anna chama de “*mídia* das fontes” (2007).

making) e na formação do imaginário colectivo, principalmente entre os formadores de opinião” (Sant’Anna, 2007, p. 88).

Através da agenda mediática, os *media* conseguem fazer as pessoas de todo o mundo conversarem sobre os assuntos que ela elege como os mais importantes. Conforme o pressuposto do *Agenda-Setting*, os indivíduos pautam as suas comunicações interpessoais em função do que os *media* veiculam (Fillho, *cit. in* Menezes, 2009). Assim, determinados temas que não sejam escolhidos pelos *media*, jamais serão conhecidos e debatidos pela maioria da sociedade.

“A hipótese da *agenda-setting* realça a diversidade existente entre a quantidade de informações, conhecimentos e interpretações da realidade social, apreendidos através dos *mass media*, e as experiências em “primeira mão”, pessoal e directamente vivida pelos indivíduos” (Wolf, 1987, *cit. in* Évora 2005).

A imprensa não escolhe aleatoriamente os factos a serem noticiados. Um dos factores que a condiciona é a recepção. Para assegurar a atenção do receptor e os efeitos do sentido desejados, a imprensa “personifica, dramatiza e eventualiza a reconstrução dos episódios” (Fillho, *cit. in* Menezes 2009). Há, por isso, conforme Luhmann (2005, *cit. in* Menezes 2009) refere uma redução da complexidade do real. Não se pode esquecer do fenómeno do contra-agendamento (Silva, *cit. in* Menezes 2009), em que a própria sociedade agenda os meios de comunicação sobre uma temática que deve ser enfocada. Contudo, acreditamos que a sociedade civil organizada já não precisa necessariamente da imprensa tradicional para disseminar o seu discurso. Com esse objectivo ela também cria e gerência os seus próprios veículos de comunicação.

A concepção do jornalismo entendido como um “Quarto Poder”, e que definiu “um *ethos*” próprio para os jornalistas como comunicador desinteressado que serve a opinião pública” (Traquina, 2000, pp.131 e 132) levou, simultaneamente, à criação de um conjunto de normas, rituais e valores, tais como objectividade e independência, que formam uma ideologia profissional.

Por sua vez, um aspecto fundamental dessa cultura profissional é a partilha de valores quanto à importância ou interesse que uma ocorrência ou questão poderá ter; são esses os critérios de noticiabilidade, constituídos por um conjunto de valores-notícia. Deste modo, duas variáveis parecem ser determinantes na constituição da agenda jornalística, e são elas:

1. Toda a actuação dos próprios jornalistas e os critérios de noticiabilidade que utilizam na selecção das ocorrências;
2. A acção estratégica dos promotores de notícias e os recursos que possuem e que são capazes de mobilizar para terem acesso ao campo jornalístico.

Para analisar correctamente o jornalismo dos nossos dias é conveniente estudar os efeitos das forças económicas e políticas sobre a produção da informação. Não podemos, então, ignorar que a difusão de informação é vista pelo sistema sob um ângulo estratégico. Além do aspecto político e de controlo social, o sistema trabalha com parâmetros mercantis e monetários e, por isso, prevalece a óptica de ampliar audiências e vendas de periódicos. Por outras palavras, podemos dizer que a informação pode ser comparada como uma mercadoria sendo, ao mesmo tempo, alvo de acções de diversos campos ideológicos.

Marchal (*cit. in Sant'Anna, 2007*) declara que diversas pesquisas têm mostrado que a opinião da maioria, na sociedade, é influenciada pela opinião de um diminuto grupo de actores sociais que têm facilidade em manifestar as suas ideias, chegando ainda mais longe:

“No processo de agendamento, os meios de comunicação não só seleccionam os temas que serão debatidos pela sociedade, como também, e mais grave, interferem nos valores, opiniões e sentimentos que os indivíduos terão sobre o mundo que os cerca”.

Procurando desmontar o processo de produção noticiosa e perceber o papel que nele desempenham as fontes, os investigadores Harvey Molotch e Marilyn Lester (1974, *cit.*

in Ribeiro 2009) chegaram ao conceito de “promotores de notícias” ou *news promoters*. Segundo os investigadores, “trata-se de fontes que, em obediência a interesses próprios, procuram transformar determinados factos em acontecimentos públicos”, acontecimentos que são, portanto, possíveis de serem noticiados, ao mesmo tempo que tentam evitar que outros factos adquiram semelhante estatuto.

Estes surgem como interessados na divulgação do acontecimento para uso do público. Para além disso, tentam também impedir certas ocorrências de ascenderem ao nível de acontecimento na procura constante de um equilíbrio entre o visível e o secreto. A notícia surge porque “há fontes interessadas em levar determinadas informações ao conhecimento público” (Gomis, *cit. in* Sousa 2001).

De acordo com Ribeiro, na categoria de “promotores de notícias” encontram-se os assessores de imprensa ou relações públicas, cuja principal aspiração profissional é, justamente, conferir uma dimensão de acontecimento público a factos relativos às entidades ou causas que representam.

“É o que fazem quando organizam conferências de imprensa, cerimónias comemorativas, visitas guiadas para jornalistas ou outros eventos da mesma índole. Acontece que, para que os “promotores de notícias” sejam bem sucedidos, os jornalistas têm de cumprir a sua actividade processadora, selectiva e difusora da matéria informativa” (Ribeiro, 2009, p. 23)

Na opinião de Molotch e Lester (1974), para atingirem os seus objectivos, os *news promoters* tendem a explorar as rotinas produtivas presentes nas organizações noticiosas. Os autores concluem, portanto, que as notícias são uma construção e que, na actividade jornalística, interagem promotores de notícias e jornalistas, cada qual procurando conferir um determinado sentido aos factos. Ribeiro explica:

“Dentro desta lógica negocial, haverá factos avaliados como acontecimentos e outros não. Neste sentido, os *news media* actuam com o intuito de impor uma espécie de hegemonia ideológica no meio social” (Ribeiro, 2009, p. 23).

Para além dos promotores de notícias, dada a análise de campo jornalístico que fizeram, Molotch e Lester (1974, *cit. in* Ribeiro, 2009) separam outros dois níveis de construção da notícia, posicionados de forma diferente perante a organização do trabalho jornalístico. Os *news assemblers* e os consumidores de notícias – os leitores. Para explicar esta fragmentação, Molotch e Lester afirmam que:

“Toda a gente precisa de notícias. Na vida quotidiana, as notícias contam-nos aquilo a que não assistimos directamente e dão como observáveis e significativos, os acontecimentos que seriam remotos de outra forma” (1974, *cit. in* Ribeiro, p. 45).

Analisando-os individualmente, os jornalistas ou *news assemblers* são aqueles que recebem a informação e a publicam. São eles que transformam a ocorrência num acontecimento público ou notícia publicada através do relato e divulgação das mesmas por parte dos promotores. Desempenham o importante papel de controladores da informação porque, para além de enquadrarem os acontecimentos, são eles que seleccionam um número pequeno de coisas que acontecem e que entendem ser interessantes e importantes” (Santos, 1997, p. 23). Os jornalistas podem, também, ser influenciados pelo tipo de fonte que os promove, por exemplo, uma fonte melhor posicionada na hierarquia da credibilidade, com maior acesso aos *media*, com mais recursos, poder e/ou conhecimento.

Por sua vez, os leitores ou, como denominam os autores, os *news consumers*, são aqueles que observam os acontecimentos tornados visíveis pelos órgãos de comunicação e criam um “reconhecimento público”. Para além disso, estes elementos formam uma audiência que, por sua vez, constrói acontecimentos e os contextualiza na sociedade a partir dos materiais que os jornalistas fornecem.

Para além disto, os autores sublinham, também, a existência de interesses na promoção de certas ocorrências, ou na prevenção de certas ocorrências se tornarem acontecimentos públicos, e a intencionalidade que está por detrás de uma parte significativa de acontecimentos, aquilo a que Molotch e Lester chamam de “routine events”. O trabalho dos autores teve ainda a virtude de apresentar uma tipologia de

acontecimentos em função das respectivas circunstâncias de promoção (se a fonte promove intencionalmente ou não) e dos próprios “promotores” envolvidos.

Essa tipologia foi apresentada pelos autores no livro “A Fonte como Promotor”, onde identificam quatro tipos de acontecimentos (1993). Segundo eles, existe, então, um primeiro tipo de acontecimentos que é os acontecimentos de “rotina”. Tal como o nome indica, neste caso existe uma intenção ou objectivos programados, como acontece, por exemplo, nas conferências de imprensa.

Verifica-se, aqui, que as pessoas que empreendem o acontecimento, são as mesmas que o promovem. Estes são acontecimentos partidários e administrativos que possuem uma maior concentração de origem no acesso estruturado às notícias e que se baseiam em intenções ou objectivos planeados, e os agentes que os realizam ou produzem – os “effectors” - são os mesmos que os promovem. Os acontecimentos de “rotina” são acontecimentos planeados e realizados pelo promotor e dirigidos aos jornalistas que preparam a notícia

O segundo tipo de acontecimentos, são os não intencionais em que os promotores se diferenciam dos executores, e que os autores denominam de “acidentes” Para os investigadores, os acidentes resultam de um “erro de cálculo e provocam entropia no seio das organizações”. Segundo Rogério Santos (1997, p. 25), estes acontecimentos “concebem-se com erro de cálculo que produz uma quebra na ordem ou desorganiza uma instituição”. Normalmente são ocorrências que a fonte ou instituição se interessa por ocultar pelo tempo máximo possível, de forma a poder preparar uma resposta face ao sucedido. É a este tipo de acontecimentos que o jornalista tem um maior acesso e às organizações noticiosas as fontes cuja acção, notoriedade e recursos habituais não o permitem;

Os “escândalos” são o terceiro tipo de acontecimentos definido por Molotch e Lester (1993, *cit. in* Traquina, 2000) e, segundo eles, um escândalo ocorre quando um facto se transforma num acontecimento graças à actividade intencional de informadores. Os

escândalos são ocorrências que passam a acontecimentos pela intencionalidade dos “informers” ou promotores. Estes não partilham as estratégias dos “effectors” ou, como se prefere aqui, dos realizadores ou produtores da ocorrência, sendo que “a transformação desta em acontecimento surge como uma surpresa para os actores originais” (Santos, 1997, p. 25).

Por último, os autores apontam como quarto tipo, “o acaso” ou *serendipity*. Este trata-se de um acontecimento não planeado ou involuntário, apesar de promovido pelo próprio executor (1993, p. 49). Assume-se como um acontecimento em que quem realiza ou participa na ocorrência é, também, seu promotor. Muitas vezes é um acontecimento não observável.

Relevantes para o estudo das fontes foram, igualmente, as teorizações de Stuart Hall *et al.* (1978, *cit. in* Sousa 2002), autores que consideram que os meios de comunicação social tendem a perpetuar as estruturas hegemónicas de poder na ordem institucional da sociedade. Sobre a questão das fontes de informação, os autores debruçam-se, essencialmente, sob o conceito de “fontes poderosas”.

Na perspectiva dos pesquisadores, existem diversos tipos: os representantes das principais instituições sociais; o poder institucional (fontes autorizadas); o estatuto representativo (deputados, ministros, outros funcionários de Estado e grupos de interesses organizados, como os sindicatos ou o patronato); e ainda os especialistas. Stuart Hall *et al.* (1978, *cit. in* Sousa 2002) explicam:

“É da relação estruturada com estas fontes poderosas que resulta o papel ideológico dos *media*, papel esse que assenta na construção de uma imagem particular da sociedade de acordo com os interesses da classe dominante. Assim se define o que deve ser conhecido e o que deve ser ignorado pelo público em geral».

2.4 O Ciberespaço como Fonte para os Jornalistas

Um dos terrenos que tem concorrido para evidenciar a necessidade de um alargamento dos termos do debate sobre as questões do jornalismo e das fontes é justamente a Internet e as novas modalidades de produção, processamento e circulação de conteúdos informativos, proporcionados pelas novas tecnologias de informação e comunicação.

Com especial ênfase a partir de 1995, milhares de jornais impressos criaram as suas edições online, centenas de novos meios de informação foram concebidos e disponibilizados exclusivamente na Internet e numerosas rádios e televisões passaram a estar acessíveis no ciberespaço. Podemos dizer que, paralelamente, se observou também uma tendência para a ocupação deste espaço por grupos económico-comunicacionais que procuram conquistas, através da criação de portais, lugares proeminentes na facilitação do acesso à Internet e da consulta ou utilização de áreas de conteúdos e ainda serviços cada vez mais vastos.

“Uma primeira consequência destas transformações em curso refere-se, desde logo, à quantidade de informação disponível que tem vindo a crescer exponencialmente. Navegar num oceano cada vez mais vasto e mais denso pressupõe, para jornalistas e para os públicos em geral, novas competências de discernimento e de avaliação” (Dent, *cit. in* Pinto, 2000, p. 280.)

Xosé López, no seu trabalho “Dados de um Jornalismo Preso no Debate da sua Reinvenção” explicou que o jornalismo entrou numa fase de transição, sendo que a rede das redes se converteu numa só ferramenta básica para o trabalho dos profissionais, visto ser também um cenário para as novas formas de comunicação. De acordo com o professor de jornalismo da faculdade de Ciências da Comunicação de Compostela, os jornalistas dos meios tradicionais têm pouca profundidade, ou seja, contrariam pouco as fontes - ainda que aumentem a interpretação dos factos e dos artigos de opinião.

“O jornalismo em linha superou a idade da adolescência para entrar numa fase que se impõe à experimentação, com novas linguagens e novos produtos, para intervir na sociedade actual” (2005, p. 1265).

Falar em jornalismo hoje em dia implica, inevitavelmente, falar de jornalismo online, onde, obrigatoriamente, acabamos por falar da Internet e das transformações que a tecnologia provocou e continua a provocar no jornalismo. O pesquisador Jorge Pedro Sousa, no seu trabalho intitulado “Jornalismo Online” defende este facto e refere ainda que, actualmente, “os meios de comunicação social se aproveitam cada vez mais da evolução tecnológica”.

Porém, López considera que o jornalismo vive, actualmente, uma das suas crises cíclicas de credibilidade. Para o autor, trata-se, sem dúvida, de uma crise especialmente forte porque, segundo ele, não só afecta o relato dos acontecimentos, como também o conjunto das convenções jornalísticas e mesmo o papel do jornalismo na sociedade actual (2005, pp. 1265 e 1266), e continúa:

“Não há dúvidas de que nestes últimos dez anos vivemos acontecimentos importantes que afectaram tanto os meios tradicionais, como os novos meios, mostrando, assim, a complexidade da sociedade actual”.

De acordo Sousa (2002b), essa realidade não é de hoje. O pesquisador explica que se deu uma modificação da imprensa “com a rotativa, o *off-set* e os meios de paginação electrónica”. Segundo ele, isto aconteceu porque a rádio se transformou com a chegada do transístor, com o RDS e sofreu também transformações com o advento do DAB. Para além disso, como salienta o pesquisador, a televisão também sofreu, igualmente, modificações.

“A televisão transformou-se com a melhoria dos sistemas televisivos e está ainda a sofrer grandes modificações com a interactividade, a alta definição, os sistemas digitais e com a convergência com a informática e as telecomunicações” (Sousa, 2002b).

Na opinião do autor, essas transformações fizeram-se sentir essencialmente a dois níveis: em primeiro lugar, diz ele, nas rotinas jornalísticas de produção de informação; em segundo lugar, nas formas e formatos de difusão de informação. Sousa afirma que

este novo jornalismo modificou o jornalismo nos outros *media*, obrigando-os a um processo de adaptação constante.

«A Internet é, neste momento, o meio de comunicação que mais torna visível a convergência dos *media*, ou seja, a integração dos *media* num único suporte. (...) A Internet, enquanto médium convergente, possibilita aos jornais a incorporação de recursos antes exclusivos das rádios e televisões, sem modificarem a sua essência, já que o texto se mantém como o principal suporte da informação» (Sousa, 2002b).

O investigador explica ainda que estudos comprovam que os utilizadores não vêem as edições online e impressas de um mesmo jornal como concorrentes, mas como complementares. Este facto faz com que os leitores continuem a comprar a versão impressa, ainda que também consultem a versão online. Para além disso, o autor refere estudos que têm mostrado que, em vez de perderem audiência com as versões online, os jornais em papel ganharam novos leitores que foram conquistados, inicialmente, pelo apelo da informação jornalística disponível na Internet (Sousa, 2002b).

A migração dos meios jornalísticos e, em particular, dos meios jornalísticos impressos para o ciberespaço, tem antecedentes muito recentes (Sousa, 2002b). Os meios jornalísticos impressos, por exemplo, bem como os radiofónicos e televisivos, começaram a criar versões online nos Estados Unidos, a partir do final da década de oitenta. No entanto, o grande impulso ocorreu já nos anos noventa, em que os jornais foram os primeiros a migrar para o novo meio. Sousa justifica essa situação pelo receio que estes tiveram que a aparição da Internet se tornasse uma ameaça para a sua sobrevivência.

Ao analisar a questão do “novo meio”, Xóse López (2005, p. 1266) afirma:

“Em primeiro lugar, entramos num cenário caracterizado pelas redes, tal como a Internet, como paradigma da comunicação total e global. Em segundo lugar, as tecnologias de informação e da comunicação entraram em todos os campos da comunicação mediada, tecnologicamente, pelo processo de transformação da digitalização. Em terceiro lugar, o panorama de mudança torna-se numa constante

que parece anunciar contínuas transformações que contemplam uma reestruturação do próprio cenário mediático, cada vez com mais elementos, mais intervenientes e mais redes”.

Para o autor, a evolução da indústria da comunicação mostrou, nestes últimos anos, como as tecnologias actuais afectam não só a produção, como também os próprios perfis dos profissionais. Segundo ele, o que acontece é que o próprio nascimento do *ciberjornalismo* ou jornalismo online abriu horizontes aos informadores, ao mesmo tempo que lhes dotou de novas habilidades para fazer um jornalismo com traços claramente diferentes dos outros suportes (2005, pp. 1266 e 1276).

“Com o nascimento do *ciberjornalismo* e deste novo perfil do profissional, há outro feito que passa a fazer história: no jornalismo do início do século XXI, a Internet desenvolveu um papel fundamental, de tal modo que hoje, já não se consegue entender o jornalismo sem Internet (para o bem e para o mal). A grande maioria dos jornalistas vive em volta da Internet. Uns usam-na como fonte de informação, outros como canal de distribuição” (López, 2005, p. 1267).

Não obstante, o investigador sublinha o facto de os jornais terem sido os primeiros meios jornalísticos a migrar para a Internet contribuiu para o seu sucesso na Rede. Isto, apesar da dificuldade que, tanto as rádios, como as televisões têm sentido para manter a mesma qualidade na Internet, mantendo custos suportáveis para a audiência. Isto contribuiu ainda para o sucesso da imprensa online, sobretudo quando se compara o êxito da imprensa, relativamente ao insucesso da rádio e da televisão online. Sousa (2002b) justifica:

“A Internet também permitiu aos jornais tradicionais disponibilizados na Rede a possibilidade de rentabilização dos recursos humanos e financeiros, cobrando pelos acessos à informação disponibilizada, sem necessitarem de arcar com as despesas decorrentes da reprodução e distribuição de milhares de exemplares em papel. Além disso, apesar da Internet ser um meio multimédia, o facto é que é o texto, e não o som e ou a imagem, o principal recurso procurado por quem busca informação na Internet”.

Para além disso, os jornais tradicionais também se foram capacitando de que a sua sobrevivência, pelo menos a médio prazo, não é colocada em risco pela emergência da Internet e pelas novas tecnologias que substituem o papel. Sousa afirma que algumas características dos jornais online levantam questões e problemas de vários tipos e explicou:

“Por exemplo, o hipertexto permite ao leitor decidir o seu próprio percurso pela informação, deixando o jornalista sem controlo da situação comunicacional, o que poderá gerar significados não pretendidos ou enviados para as mensagens jornalísticas, que nem sempre são consumidas integralmente pelo leitor. A instantaneidade põe em destaque o estreitar das *deadlines*, o que representa dificuldades acrescidas para o jornalista em termos de verificação da informação, contrastação de fontes, recuo, contexto e vitória sobre o tempo”(Sousa, 2002b).

Sousa lembra ainda que, apesar de as características dos jornais online levantarem certos problemas, estes também oferecem novos horizontes ao jornalismo. Exemplo disso é a interactividade. Segundo ele, esta permite ao jornalista a procura de informação “das mais variadas maneiras, em mais locais e junto de mais pessoas, em todo o mundo”, diz, salientando ainda que esta pode também gerar pressões sobre os jornalistas, bem como deixar o leitor frustrado quando não vê satisfeitas as suas eventuais solicitações de comunicação.

Este novo espaço, esta nova ferramenta, acaba também por exercer uma grande pressão sobre o campo jornalístico, isto porque a abundância de informações torna as suas fronteiras mais flexíveis. Esta situação veio-se a confirmar com estudos que comprovaram que desde o advento dos primeiros jornais, o leque daquilo que é ou não noticiável tem-se alargado consideravelmente, e que este processo se tem acelerado desde as duas últimas décadas do século passado.

“Como o *ciberespaço* também é elástico, garantem-se condições para que haja mais notícias, sobre mais temas, nos meios *on-line*, o que remete para o leitor a tarefa de selecção. Não é de selecção primária, mas sim de uma selecção secundária, depois do filtro jornalístico” (Sousa, 2002b).

Elias Machado (2002, p. 3) também se pronunciou acerca da questão do ciberespaço como fonte para os jornalistas e, nesse sentido, afirmou que o suporte digital possibilita tanto a “reconversão da natureza do ofício” quanto a “alteração de todas as etapas da produção jornalística”. O investigador entende, ainda, que a consolidação do jornalismo digital depende da superação do modelo conceitual contemplado no jornalismo de precisão ou na reportagem assistida por computador, que caracteriza a tecnologia como ferramenta auxiliar no trabalho jornalístico.

Machado considera igualmente que um “diagnóstico do sistema de produção do jornalismo nas sociedades contemporâneas revela a existência de dois diferentes tipos de uso das redes telemáticas” (2002, p. 3). Ou seja, o autor explica que, no primeiro, as redes são concebidas como ferramenta auxiliar para a elaboração de conteúdos para os meios clássicos, ainda abastecidos com métodos clássicos de colecta de dados, enquanto, no segundo, todas as etapas do sistema jornalístico de produção² estão circunscritas às fronteiras do ciberespaço.

Percepcionamos, então, que a criação da tecnologia digital desencadeia um processo de utilização das redes telemáticas que, segundo Machado (2002, p.3) apresenta duas vertentes:

1. As redes são uma espécie de ferramenta para nutrir os jornalistas das organizações convencionais com conteúdos complementares aos colectados pelos métodos tradicionais;
2. As redes são um ambiente diferenciado com capacidade de fundar uma modalidade distinta de jornalismo, em que todas as etapas do sistema de produção de conteúdos jornalísticos permanecem circunscritas aos limites do ciberespaço.

² Neste caso específico, desde a pesquisa e apuramento até à circulação dos conteúdos

“Sem incorporar as particularidades do jornalismo digital, o primeiro modelo representa a aplicação do conceito de jornalismo assistido por computador, que permite o uso dos conteúdos as redes nos meios convencionais sem alterações essenciais no conjunto das práticas de todos os profissionais dentro das redacções” (Machado, 2002, p. 1)

Deste modo, o investigador percebe que a falta de clareza sobre as consequências para o jornalismo da disseminação do suporte digital dificulta a compreensão plena das particularidades da prática jornalística nas redes, das mudanças no perfil do profissional, na estrutura organizacional das empresas jornalísticas e das funções que o usuário passa a ocupar no sistema de produção de conteúdos (Machado, 2002, p. 3).

Não obstante, o conceito de jornalismo assistido por computador identifica o processo de colecta de dados com auxílio do computador e que, para a autora Nora Paul (*cit. in* Machado, 2002, p. 3), abrange quatro modalidades: a reportagem, a pesquisa, a referência e o encontro, e explica:

“Enquanto a reportagem assistida por computador trabalha com fontes primárias como entrevistas ou observações, a pesquisa utiliza fontes secundárias como relatórios, artigos ou disponíveis nos bancos electrónicos de dados. A referência permite a consulta de fontes como dicionários, enciclopédias, almanaques e glossários, disponíveis em meios como CD-ROMs ou nas próprias redes. Os encontros são possíveis nas listas ou nos grupos de discussão, lugares em que os jornalistas têm a hipótese de participar nas discussões, acompanhar as opiniões de especialistas em esferas específicas e descobrir futuras fontes para reportagens”.

Por seu turno, Bastos (2000, p. 82) constatou que a disseminação das redes digitais estimula a elaboração de uma lógica estrutural distinta para o jornalismo, como consequências para a pesquisa, produção e difusão de dados.

“Mais que ferramentas ao dispor dos jornalistas, as tecnologias de circulação e armazenamento de dados são o indício de um fenómeno mais amplo que exige diferentes habilidades dos profissionais do jornalismo”.

Por sua vez, Koch (*cit. in Machado, 2002, p. 4*) acredita que o uso dos bancos de dados electrónicos lança os alicerces de um novo tipo de jornalismo que liberta os profissionais dos pontos de vista limitados expressos por especialistas e fontes oficiais. Para além disso, Koch (*cit. in Machado, 2002, p. 4*) acentua ainda que, “no modelo electrónico para apuramento jornalístico, os factos são substituídos pela necessidade de uma frase de busca que defina a questão ou problema pautado”.

O estudo feito por Koch demonstra ainda que, no modelo clássico, antes do relato ser publicado, o jornalista deve encontrar os factos, procurar os produtores de factos para contrastar os indícios com os factos arquivados no jornal, além de ser obrigado a entrevistar parlamentares ou funcionários vinculados ao assunto.

No que diz respeito ao apuramento electrónico, Koch (*cit. in Machado, 2002, p. 4*) lembra que, antes do relato contextual dos factos, o jornalista consulta dados armazenados ou fontes disponíveis no ciberespaço, entrevista os sujeitos dos factos e avalia o conteúdo das declarações tanto no espaço electrónico, quanto nas páginas impressas.

Contudo, convém ter em atenção que a estrutura descentralizada do ciberespaço complica o trabalho de apuramento dos jornalistas nas redes, devido à multiplicação das fontes sem tradição especializada no tratamento de notícias, espalhadas agora em escala mundial. Nos sistemas convencionais de jornalismo, por exemplo, a preferência pelas fontes oficiais representa uma estratégia de profissionais para obter dados fidedignos de personalidades conhecidas pelo exercício de uma determinada função pública. De acordo com Machado (2002, p. 4),

“Uma característica que, mesmo decorrente da estrutura social que predomina nas sociedades industriais, quando elegida como critério decisivo para a definição das pautas, arrisca a credibilidade da publicação pelo tom oficial dos conteúdos”.

O autor (2002, p. 4) defende ainda que, na medida em que a arquitectura descentralizada do ciberespaço desarticula o modelo clássico, o exercício do jornalismo nas redes telemáticas depende do estabelecimento de critérios capazes de garantir a confiabilidade do sistema de apuramento com as especificidades do mundo digital. Ao analisar este tema minuciosamente, facilmente se percebe que nos bons manuais dedicados ao estudo do jornalismo, as fontes são, maioritariamente, classificadas como oficiais, não oficiais e independentes.

Machado afirma que as fontes oficiais são mantidas pelo Estado, por empresas e organizações como sindicatos ou associações. Quanto as fontes não oficiais, o autor afirma serem aquelas relacionadas de forma directa com uma instituição ou personalidade mas sem qualquer poder formal de representação. As fontes independentes são, pois, aquelas sem vínculos directos com o caso tratado.

O mau hábito de julgar as fontes oficiais como as mais confiáveis trata-se, alerta Lage (*cit. in* Machado, 2002, p. 5):

“de um vício no jornalismo, porque a mentira ocupa lugar estratégico nas intervenções de personalidades ou instituições vinculadas aos poderes fácticos, quando da defesa de interesses particulares, difundidos como manifestação da vontade colectiva”.

Ou seja, mesmo com a comprovação da parcialidade dos detentores dos poderes sociais, a estrutura centralizada do jornalismo convencional gera uma supremacia absoluta das fontes oficiais. Por outro lado, se cada individuo, ou até mesmo instituição, estivesse munido das condições técnicas adequadas, poderia inserir conteúdos no ciberespaço, devido à facilidade de domínio de áreas cada vez mais vastas, ficando, por isso, evidenciada uma certa diluição do papel do jornalista como único intermediário para filtrar as mensagens autorizadas a entrar na esfera pública, quanto das fontes profissionais como detentoras do quase monopólio do acesso aos jornalistas.

“A possibilidade de dispensa de intermediários entre as fontes e usuários implode com a lógica do predomínio das fontes profissionais porque transforma os próprios usuários em fontes não menos importantes” (Machado, 2002, p. 6).

Por sua vez, com a multiplicação das fontes provocada pela facilidade de obtenção de dados armazenados nas páginas individuais, nos bancos de dados públicos e nas redes de circulação de notícias aumenta a hipótese de acontecer um deslocamento do lugar das fontes da esfera do oficial, para o domínio público. Machado (2002, p. 6) explica:

“Enquanto o sistema de cobertura sectorial dos meios convencionais, alicerçado numa estrutura de redacção centralizada dividida em editoriais reforça o vício do recurso às fontes oficiais, uma redacção descentralizada que opera dentro de um projecto de afinidades temáticas estimula a diversificação das fontes”.

Falando agora do conceito que surge com este novo advento, o de *ciberjornalista*, entende-se que este deve ser um jornalista mais preocupado com o leitor, ou seja, deverá ter mais presente aquele que é o leitor da notícia, visto o leitor não determinar apenas o sucesso ou o insucesso do jornalista, como interagir também mais com o jornalista e até mesmo com as fontes referenciadas nas notícias. Para além disso, o leitor da notícia tem ainda o poder de determinar a sequência de navegação entre a informação que lhe é oferecida em várias páginas e sites. Sousa chega mesmo a afirmar sobre esta questão que:

“O *ciberleitor* é mais do que um leitor tradicional, pois é pró-activo e não passivo ou reactivo. Aliás, o próprio médium exige-lhe essa postura pró-activa, de interactividade forçada”.

Posto isto, e segundo a opinião de Pinto (2000, p. 228), podemos dizer então que, a multiplicação e diversificação das fontes representa, certamente, um sinal da complexificação da vida social: desdobram e alargam as instâncias que produzem discursos e iniciativas, acrescentam e diferenciam canais e modalidades de comunicação, fazem crescer o volume de dados e informações e expressam, finalmente, a intervenção de novos actores da cena social.

Neste processo, as fontes organizadas e frequentemente profissionalizadas adquirem um estatuto e um poder significativos, quer face aos *media* e aos jornalistas, quer face ao público geral, do qual emergem. Este fenómeno é, então, um sintoma de que o jornalismo, sendo um factor de configuração e representação da vida social é, ao mesmo tempo, condicionado pela acção de uma “comunicação estratégica” situada a montante do trabalho dos jornalistas. O que significa, por outro lado, que um dos aspectos fundamentais que está em causa, quando se aborda o problema das fontes de informação, é a questão do poder e da desigual distribuição social dos recursos para o seu exercício.

O que podemos então constatar, hoje em dia, é que a Internet impôs ao jornalismo determinadas mudanças na procura, no processamento e na difusão de informação. Actualmente, o que acontece é que os jornalistas usam este meio como fonte e como veículo de comunicação.

“O contacto com as fontes pode ser mais intensivo, selectivo e abrangente, o que representa uma vantagem importante. Porém, o excesso de fontes disponíveis também pode representar um acréscimo de stress para o jornalista, na hora de seleccionar fontes e informações sob o estigma da concorrência” (Sousa)

Para além disso, o pesquisador não quer deixar de salientar que a abundância de informação, incluindo aquela informação que é disponibilizada por meios concorrentes, e também de fontes na Internet, coloca ainda ao jornalista o problema da avaliação da fonte, no que diz respeito quer ao interesse, veracidade ou até mesmo à importância da informação, bem como à credibilidade da própria fonte, num quadro a que se pode chamar de “grande concorrência”. Ou seja, enquanto no jornalismo convencional a notícia consiste, muitas vezes, na própria declaração, o jornalismo nas redes possibilita que a declaração em causa seja um dos elementos que reforça a credibilidade da notícia, mesmo quando permite aos envolvidos o direito de expressar comentários sobre o caso em questão.

O alargamento do conceito de fontes coloca, na ordem do dia, a reflexão sobre as consequências da incorporação dos usuários no novo circuito de produção de conteúdos para o jornalismo. Ou seja, tal como defende Machado (2002, p. 10), a consolidação no jornalismo digital pressupõe a compreensão de que a tecnologia representa a possibilidade de criação de um formato distinto de jornalismo, em que todas as etapas do sistema de produção de conteúdos – desde o apuramento à circulação – são circunscritas aos limites do ciberespaço.

“A multiplicação dos difusores altera as relações entre os jornalistas e as fontes, porque transforma os usuários do sistema em fontes. Ou seja, enquanto no jornalismo convencional em que muitas vezes declarações são transcritas como notícias predomina o uso das fontes oficiais, no jornalismo digital a participação dos usuários contribui para a utilização de fontes independentes, desvinculadas de forma directa dos casos publicados” (Machado, 2002, p.10).

Mesmo que possamos afirmar que se dá a ausência de reputações construídas por décadas entre os emissores nas redes³ convém perceber que subsistem ainda algumas dúvidas de que o futuro dos sistemas de circulação de notícias no *ciberespaço* depende da disseminação entre todos os usuários de conteúdos. No entanto, Machado (2002, p. 11) afirma que existe ainda uma contrapartida, que é a diluição das instâncias de controlo antes definidas pelos próprios profissionais ao longo das etapas de um sistema centralizado.

“O factor diferencial do jornalismo digital consiste na redistribuição dos poderes de controlo entre todos os membros do sistema, considerando que os usuários são ao mesmo tempo, fontes e produtores de conteúdos” (Machado, 2002, p. 11).

Para López (2005, p. 1271), os conteúdos sempre estiveram no centro da preocupação dos produtos jornalísticos. É, por isso uma realidade de ontem, mas também de hoje, que a Internet, o meio de comunicação essencial da era digital, não só traça novos desafios ao jornalismo actual, necessitando de uma reflexão crítica e de novas convenções, como também se passou a converter, no início do século XXI, numa ferramenta básica para os confeccionadores de

³ Quando comparados aos meios convencionais.

conteúdos que trabalham para todos os suportes. Segundo ele, as edições digitais da imprensa na Internet foram o primeiro passo de um processo de definição dos produtos elaborados, tendo em conta algumas das características do novo meio online.

A função básica que o jornalista desempenha mantêm-se, como também o discurso e os próprios conteúdos se mantêm como aspecto principal. López explica:

“Numa sociedade cada vez mais complexa, o papel do jornalista como mediador, interprete e gestor de conhecimentos – falamos de conteúdos – torna-se mais necessário do que no passado, pelo menos se queremos que se faça realidade o sonho de alguns cidadãos mais bem informados” (2005, p. 1271).

Perante um panorama tão confuso, o autor defende que importa diferenciar o que é básico, daquilo que é secundário, ou seja, convém ter claro que o jornalismo é sempre jornalismo, independentemente do seu suporte, e que o básico é “decidir, interpretar e contar o que se passa na sociedade”, sendo que o conteúdo é aquilo que mais interessa ao jornalista. “Convém, portanto, que se aproveite melhor o jornalismo herdado das conquistas jornalísticas, essencialmente do século passado, para se conseguir avançar com esta nova etapa”, disse López (2005, p. 1272).

3. A Produção de Notícias através dos Agentes Sociais – as Fontes de Informação

Uma das vias que parece ser mais produtiva na reflexão sobre a relação entre as fontes e os jornalistas é a da interrogação. Um ponto importante para percebermos esta questão é explicar o porquê da atenção e do interesse que o tema das fontes habitualmente suscita nos debates sobre jornalismo. Por outro lado, importa também entender o paradoxo existente entre os debates e as polémicas em torno das fontes, bem como o porquê da pouca investigação que tem sido realizada neste âmbito, quer em Portugal, quer no estrangeiro.

Facilmente se verifica que há, hoje, instituída uma vasta e complexa teia de mecanismos de instituições e de saberes, cujo propósito assumido é utilizar e, se possível, marcar a agenda dos *media* e jogar o seu jogo, tirando partido da sua lógica de funcionamento e,

por essa via, atingir os objectivos que são, em primeiro lugar, os dos interesses que servem. Pinto (2000, p. 282) sublinha aqui a componente mediática dos serviços e departamentos de comunicação e relações públicas, por ser aquela que, no contexto desta análise, mais importa, apesar de a respectiva acção de comunicação não se circunscrever à vertente das relações com os *media*.

As fontes de informação representam, na opinião de Santos (2006), um elemento fundamental na produção da notícia. Para ele, o universo das fontes de informação não é idêntico, no entanto o autor considera que todo o mundo pode ser fonte, “desde que um jornalista a procure e escreva uma notícia sobre ela”. Santos explica que, muitas das fontes que trabalham e fornecem informação “empacotada”, destinada a consumo jornalístico, mostram uma componente proactiva indispensável para a sua colaboração nas notícias, o que é para eles uma grande mais-valia.

Na maior parte das vezes é a fonte que faz chegar aos jornalistas a informação que julga ser útil para a sua organização, o que, de certo modo, acaba por ser vantajoso para ambas as partes. Ou seja, o jornalista ganha material novo para o seu trabalho, e por outro lado, a fonte vê anunciada a informação que lhe convém. Por conseguinte, apesar de as regras habituais indicarem que as fontes devem fornecer aos meios de comunicação informação correcta, o que acontece muitas vezes é que estes trabalham muitas vezes com dados falsos, produzindo, assim, fugas de informação.

3.1 Modelos Teóricos de Análise das Fontes

No processo histórico do desenvolvimento do conhecimento o homem depende, muitas vezes, das fontes de informação que estão em constantes transformações. Para a construção do conhecimento, é necessária uma fonte, uma origem de informação que forneça subsídio necessário para a construção do desenvolvimento do usuário. Hoje, por exemplo, com o advento da Internet, o fluxo de informação e as verdades estão sempre em constantes mudanças, levando o usuário a saber como lidar com as fontes de informação. Posto isto, podemos considerar que uma fonte de informação é qualquer

recurso que responda a uma demanda de informação por parte dos usuários, incluindo produtos e serviços de informação, pessoas ou redes de pessoas, programas de computadores, entre outros.

Hélio Ademar Schuch (2004) declara sobre este assunto que, “da mesma maneira que um estabelecimento comercial precisa de clientes, um veículo jornalístico necessita de fontes”. A diferença, é que o estabelecimento comercial restringe o leque dos seus clientes através da sua especialização, e o veículo não tem esta restrição (a não ser que seja especializado, o que não é a referência), pelo contrário, a quantidade de fontes segue a extrema amplitude da natureza dos factos noticiáveis.

A sua fragilidade, porém, está na qualidade do que pode ser oferecido pelas fontes convencionais e não-convencionais, pois aí está o conteúdo que pode criar impacto, mostrar capacidade e conquistar, ou não, a audiência.

“Não nascendo os conteúdos jornalísticos *ex nihilo*, os jornalistas têm incontornavelmente que manter um contacto permanente com aqueles que lhe proporcionam a matéria-prima do seu trabalho, ou seja, as fontes de informação”
(Lopes, 2000, p. 339.)

Tal como Felisbela Lopes (2000, p. 340) faz questão de lembrar, ao enraizarmo-nos no étimo latino da palavra “fonte”, descobrimos que deste vocábulo emergem significados como o de um “lugar onde nasce perenemente água”. Por outro lado, se optarmos por uma perspectiva mitológica, reparamos que “Fonte” era o Deus das nascentes. Assegurada parece estar aqui uma realidade cristalina em tudo o que se abriga sob esta raiz etimológica. Porém, um equívoco pode ser percepcionado de imediato quando percorremos a árvore genealógica da mitologia, pois *Fonte* é filho de *Jano*, o Deus das portas e das passagens, representado, simbolicamente, com dois rostos que vigiam a entrada e a saída, cujo templo se encontrava encerrado em tempo de paz e aberto em tempo de guerra.

Para Lopes (2000, p. 341), aquilo que parecia correr sem entraves, a água que se imaginava passar livremente da fonte para qualquer destinatário, tem subjacente a si comportas que podem neutralizar o seu normal fluir. A autora compara esta acção, com o que acontece com as fontes de informação, afirmando que “uma instância incontornável do processo informativo impõe quotidianamente aos jornalistas, renovados obstáculos”. Virando-nos agora para os modelos teóricos do conceito de fonte lançados por diversos autores, podemos considerar que as fontes de informação se apresentam em três tipos:

1. Fontes Primárias – periódicos, livros e teses;
2. Fontes Secundárias – dicionários, enciclopédias, almanaques;
3. Fontes Terciárias – índices, *abstracts* e catálogos online.

Por sua vez, Manuel Carlos Chaparro (2001) define sete tipos de fontes:

1. Fontes Organizadas ou Interessadas;
2. Fontes Informais;
3. Fontes de Referência ou Sábias;
4. Fontes de Aferição ou Independentes;
5. Fontes Aliadas ou Cúmplices – o *off*;

6. Fontes Documentais ou Inéditas;

7. Fontes Biográficas ou Reconhecidas.

Na opinião do autor, a tecnologia da difusão tirou ao jornalista o poder da notícia e deu às fontes a competência de gerar factos noticiáveis, fazendo, no entanto, a devida distinção entre a difusão (possibilidade de acesso simultâneo à mesma informação) e a simples distribuição da notícia. Para explicar este facto, Chaparro (2001, *cit. in* Ribeiro 2009) lembrou, como modo de exemplo, o ataque às torres gémeas nos Estados Unidos da América, assistido simultaneamente em todo o mundo, e considerou, por isso, que a tecnologia é a terceira revolução da história do jornalismo.

De acordo com o autor, a primeira revolução foi a da notícia, quando esta ganhou espaço com o “advento do telégrafo”. A segunda foi a da tiragem, com o “surgimento da rotativa”. A terceira e actual, a revolução da fonte, que a era da tecnologia da difusão se encarregou de reposicionar, fazendo-a, novamente, parte activa do jornalismo, com o poder de gerar factos noticiáveis, ou seja, de “pautar o jornalista” (2001, *cit. in* Ribeiro 2009).

Para Chaparro, ao contrário do que muitos pensam e do que até então se tem ensinado nas escolas de jornalismo, “a população informada quer explicações para os factos e, cabe à reportagem, o papel de levantá-los e discuti-los.” Neste contexto, o autor considera que as redacções têm o papel fundamental e, cada vez mais importante, na qualidade da informação que passa para o público.

“O jornalista tem que ser educador das instituições, porque a informação é a energia dos processos sociais, não pode ser fraudada; e é com articulações de boas fontes que se produz conhecimento, o que requer trabalho profissional” (Chaparro 2001, *cit. in* Ribeiro 2009)

Entre os autores que estudaram as relações entre os jornalistas e as fontes de informação, está David Berlo (1970). Segundo ele, há quatro factores que podem aumentar a fidelidade e eficácia das fontes:

1. As suas habilidades comunicacionais (escrita e palavra – são as fontes codificadas; leitura e audição – são as fontes descodificadas)⁴.
2. As suas atitudes no dia-a-dia (para consigo, para com o assunto, para com os outros. A positividade é benéfica, por isso, a fonte deve dominar o assunto sobre o qual está a falar);
3. O seu nível de conhecimento (conhecimento profundo da instituição em que o assessor trabalha, domínio da mensagem que vai transmitir);
4. A sua posição dentro do sistema sociocultural (o meio em que vivemos pesa na forma como se constrói a mensagem. De acordo com o contexto, age-se de forma diferente).

Leon Sigal (1986, *cit. in* Ribeiro 2009, p. 21) ao referir-se acerca deste assunto afirma que a notícia não é aquilo que os jornalistas pensam, mas o que as fontes dizem. Para ele, as fontes são organizações noticiosas, rotinas jornalísticas e convenções. Por sua vez, a socióloga da comunicação Gaye Tuchman diz, no livro “*Making News*” (1971), que os jornalistas integram uma estrutura social e cobrem temas de interesse para a sociedade em que estão inseridos.

O jornalismo é visto, por isso, como uma prática rotineira de hábitos civilizacionais. Deste modo, o jornalista está limitado no acesso à informação quanto ao tempo (falamos aqui do ritmo diário e não-diário); quanto ao espaço (territorialidade, especialização organizativa – ou seja, se é rádio ou televisão – e ainda especialização

⁴ De acordo com David Berlo (1970), estas quatro acabam por criar uma quinta, o raciocínio.

temática); e por último, quanto à tipificação das notícias (notícias do dia, notícias de interesse humano, notícias temáticas, notícias de continuidade, ou de desenvolvimento).

Pela teoria da definição ou conspiratória, é a fonte quem define o que é notícia. O académico jamaicano Stuart Hall, especialista em estudos culturais, considera, no seu livro “O Primeiro Definidor” (1978), que os órgãos de comunicação social tendem a reproduzir a estrutura existente no poder e na ordem institucional da sociedade, pois dão preferência aos definidores primários, os porta-vozes.

Para além disso, o autor identifica quatro tipos de autoridade: fonte institucional, fonte de poder ou de autoridade, fonte política e ainda, fonte sofisticada ou especializada. Hall (1978, *cit. in* Santos 2006) demonstra-se, ainda, preocupado e considera que é importante haver mais jornalismo de investigação. Na sua opinião, também há fontes não conhecidas e anónimas, que têm de desencadear processos espectaculares ou protagonizar algo que fuja à rotina para estar nas notícias.

Contrariando as teorias conspirativas, designadamente as preconizadas por Hall *et al.* como o conceito de “definidores primários”, Stephen Hess (1984, *cit. in* Ribeiro 2009, p. 29) considera que na relação entre jornalistas e fontes há uma reacção recíproca mais do que uma “acção voluntarista” de uma das partes. Ou seja, quem despoleta e gere as notícias varia de caso para caso. Hess (1984, *cit. in* Ribeiro 2009, p. 30) por sua vez refere que, no seu ver, “tanto os repórteres como os assessores de imprensa tendem a descrever-se como reactivos, e não como iniciadores de algo”.

Vasco Ribeiro (2009, p. 30), por sua vez, considera que, apesar da análise lisonjeira feita por Hess (1984, *cit. in* Ribeiro 2009, p. 30) para os *spin doctors*⁵ das organizações governamentais, este não escamoteia os propósitos matriciais dos gabinetes de

⁵ É um especialista em relações públicas e comunicação política, que pode escrever discursos, ser porta-voz de um partido político, perito em sondagens ou estar ao serviço do Governo. O primeiro spin doctor da história foi Ivy Lee (chamado de *Poison Ivy* devido à sua forte capacidade de “envenenar” a informação) que, em 1906, publicou a declaração de princípios das relações públicas.

imprensa e a dinâmica informativa que estes geram, lembrando, porém, que o controlo da veracidade das notícias depende do cruzamento de diferentes fontes.

“As organizações, incluindo as agências governamentais, sentir-se-iam bastante tentadas a gerir as notícias, caso tivessem o monopólio sobre as fontes de informação. As organizações querem sempre justificar as suas acções” (Ribeiro, 2009, p. 30).

Neste contexto, o autor não deixa de considerar que há assessores de imprensa que, dada a sua competência, conseguem prolongar os efeitos mediáticos de uma notícia positiva, ao mesmo tempo que se revelam capazes de fazer passar despercebidos os factos negativos. Hess (1984, *cit. in* Ribeiro 2009, p. 30) explica que os assessores de imprensa sabem quando e onde encontrar o jornalista certo para noticiar determinada informação, para além de ajustarem os acontecimentos aos prazos de fecho das edições. De resto, os jornalistas normalmente compreendem e até admiram o comportamento dos assessores de imprensa, desde que este não extravase “uma zona de conduta aceitável” (Hess 1984, *cit. in* Ribeiro 2009, p. 31).

Herbert Gans, nos livros “Deciding What’s News” e “Negócio na Relação Fonte-Jornalista” (1979), estudou o comportamento dos jornalistas na *CBS, NBC, Time e Newsweek*. Graças a isto, conseguiu definir três tipos diferentes de fontes informativas: as institucionais, as oficiais ou estáveis e as provisórias. Para o autor, “o jornalista não se pode dar ao luxo de romper com um assessor sem razão, pois precisa dele” (1979, p. 80). Não obstante, Gans explica que existem ainda dois grupos de fontes quanto à sua utilização, e são essas as fontes passivas e as fontes activas. De modo a ser mais preciso na sua análise, o autor distingue outros dois tipos de jornalistas:

1. Especializados, ou seja, aqueles que têm mais proximidade com as fontes. Criam uma relação de obrigações recíprocas. Aqui, o jornalista tem acesso a informação privilegiada, mas depois sente-se na obrigação de publicar assuntos de interesse para a fonte;

2. Não Especializados, ou seja, são jornalistas que recorrem a fontes oficiais por falta de tempo e ocupam-se de acontecimentos diferenciados.

Na mesma obra Gans (1979, p. 80) avança com uma definição de fonte que afirma lhe parecer a mais adequada:

“Ao mencionar fontes, refiro-me aos actores que os jornalistas observam ou entrevistam, incluindo entrevistados que aparecem na televisão ou são citados em artigos de revistas, e àqueles que apenas fornecem informação de base ou sugestões de histórias”.

Entretanto, o autor defende ainda que a característica mais saliente das fontes é o facto de estas proporcionarem informação enquanto membros ou representantes de grupos de interesse organizados, ou de sectores ainda mais amplos da nação e da sociedade. Segundo o autor, as fontes de vários tipos (institucionais e oficiosas; estáveis e provisórias; activas e passivas; conhecidos e desconhecidos) coexistem, dentro de um sistema, com jornalistas (especializados ou não especializados) e com o público (1979, p. 80 e 81).

“Com efeito, assim, as fontes, os jornalistas e as audiências coexistem num sistema, apesar de este sistema se assemelhar mais a um foco de guerra do que a um organismo funcional inter-relacionado” (Gans, 1979, p. 81).

Verificamos que os *media* seleccionam as suas fontes em função das respectivas necessidades produtivas e do posicionamento das mesmas na estrutura social. Isto acontece porque, na opinião de Gans, as fontes não têm todas as mesmas características ou igual relevância, o que pressupõe, então, um acesso socialmente estratificado aos órgãos de informação. Segundo o autor, os jornalistas especializados estabelecem relações mais próximas e continuadas com as fontes. Deste modo, estas acabam por se transformar quase em informadores pessoais, alimentando constantemente as necessidades noticiosas do jornalista, em particular com indiscrições e assuntos de alguma confidencialidade.

Não obstante, Gans (1979, p. 86) enumera cinco factores que considera serem factores de conveniência na utilização das fontes:

1. Oportunidade antecipada/revelada;
2. A produtividade;
3. A credibilidade;
4. A garantia de qualidade;
5. A responsabilidade.

Neste sentido cria-se uma relação de obrigações recíprocas entre fonte e jornalista especializado. No entanto, Gans defende que as fontes procuram passar a informação que mais lhes convém e segundo um prisma favorável, enquanto os jornalistas discutem na procura de factos que as fontes tentam, por vezes, ocultar e na abordagem diferenciada desses mesmos factos.

Pelo contrário, os jornalistas não especializados ou generalistas noticiam diariamente acontecimentos muito díspares entre si e fazem-no, como a própria classificação supõe, sem o respaldo de conhecimentos específicos, contingência a que se associa a falta de tempo para um tratamento noticioso.

“Neste sentido, e para garantir alguma homogeneidade na abordagem temática, os jornalistas partilham informalmente informação e confirmam-na entre si, mitigando assim a ambiguidade e a incerteza do seu trabalho noticioso. Por conseguinte, os próprios repórteres transformam-se em fontes uns dos outros” (Gans, 1979, p. 137)

Importa ainda salientar que, segundo a perspectiva construcionista da notícia preconizada por Herbert Gans (1979), prevalece a ideia da negociação entre jornalistas e fontes de informação, cabendo aos primeiros a decisão final. “De qualquer modo, às fontes cabe apenas fazerem-se acessíveis. São os jornalistas que decidem se estas são ou não adequadas”, explica o autor. No entanto, para garantir a sua sobrevivência, a fonte apenas fornece informação ao jornalista que seja positiva para a organização a que está ligada, roubando os aspectos negativos.

Por outro lado, Gans (1979, p. 117) identifica um conjunto de factores que determinam a supremacia de umas fontes sobre as outras, tais como incentivos; poder da fonte; capacidade de fornecer informações credíveis; e proximidade social e geográfica relativamente aos jornalistas. Para o autor, o terceiro factor é o determinante. “Destes quatro, a capacidade de fornecer informações credíveis é crucial, mas os restantes três factores realçam essa capacidade”. Por seu lado, na opinião do autor, os jornalistas seleccionaram as suas fontes em função dos seguintes factores: passado credível; produtividade; fiabilidade; garantia; autoridade; e clareza (Gans, 1979, pp. 129 e 130).

Na sua tipificação de fontes, Gans (1979) avança também com a distinção entre conhecidos (élites políticas, económicas, sociais e culturais) e desconhecidos (cidadãos anónimos), chegando ainda à conclusão de que os primeiros produzem quatro vezes mais notícias do que os segundos⁶. Tendo deixado também o seu parecer quanto a este tema, Philip Schlesinger (1993, *cit. in* Sousa 2002a), a credibilidade e a aceitabilidade das fontes são desiguais, pois nem todas reúnem informação eficaz. Na sua opinião, existe desigualdade no valor das fontes e no acesso noticioso. Ou seja, para o autor uma fonte não deve ser simplesmente classificada como “oficial” e “não-oficial”, pois considera que esta classificação é demasiado simplista. Schlesinger (1993, p. 177)

⁶ De acordo com Gans, existem quatro tipos de conhecidos (presidentes, candidatos presidenciais, membros do governo e do parlamento, outros altos funcionários do Estado) que são, no estudo de Gans, protagonistas de cerca de metade das notícias. Por conseguinte, as notícias versam, sobretudo, as pessoas – o que fazem ou dizem.

considera que “a fonte é vista como factor/elemento que ocupa domínios sociais onde se exercem lutas no acesso dos meios de comunicação social”.

O autor também fala aqui da desigualdade do valor das fontes e no acesso noticioso. Na sua opinião, as fontes procuram moldar a informação na óptica da sua utilização pelos jornalistas. Isto é, ele considera que existe uma relação directa entre “fontes de informação” e “informação eficaz”. Posto isto, Schlesinger apresenta em quatro passos, aquela que acreditava dever ser a estratégia interna de cada fonte de informação:

1. Determinar uma mensagem bem definida e articulada segundo os melhores critérios de satisfação dos valores noticiosos;
2. Determinar quais são os *media* mais apropriados;
3. Reunir o máximo de informação útil, de modo a que esta alcance sucesso e aceitação no seio do público;
4. Prever ou neutralizar as reacções dos adversários.

No livro “A Organização da Fonte em Situações de Rotina de Crise” (1984), Stephen Hess analisa os gabinetes de imprensa e define as suas estratégias, a que chama “aplicação da informação positiva e prática”. Para o autor, a crítica que afirma que os assessores manipulam as notícias é incorrecta, visto considerar que a maior parte dos recursos vai para a recolha e pesquisa de informação ou para a satisfação dos jornalistas, e explica:

“Um dos requisitos mais importantes é saber gerir e dar respostas aos pedidos de informação – parte do tempo é dedicado à estratégia, como se vai agir, como se vai passar a mensagem. Se conseguir comunicar com o seu público sem intermédio dos *media*, consegue mais objectividade, porque os meios de comunicação nunca dizem

o que o assessor disse, por isso, a estratégia não passa necessariamente pelos media”
(Hess, 1984, *cit. in* Sousa, 2005, p.4)

Seguindo a ordem de ideias do autor, o princípio da assessoria é responder a todos. No entanto, para conseguir gerir melhor o tempo, deve-se responder primeiro aos mais importantes e assim sucessivamente. Hess (1984) entende que se deve controlar e gerir a informação, para conseguir os objectivos da mensagem que se quer passar. Ericson, Baranek e Chan, no livro “Negociation Control: a study of news sources” (1989) centraram-se também nesta questão e tentaram, assim, perceber a diferença na identificação das fontes. Para eles, a fonte exerce um certo controlo de informação quando selecciona a audiência e quando escolhe o meio de comunicação.

“As instituições ou fontes permitem aos jornalistas uma abertura que é contrária, falsa, porque acima de tudo querem é mantê-los aparentemente ocupados e próximos, controlando a informação através desse acesso controlado à informação”
(Ericson *et al.*, 1989).

O autor construiu uma forma de fazer a aquilo a que chama de “abertura” aos jornalistas, a proximidade. Segundo ele, para tentar obter controlo, a fonte procura criar laços de confiança para com o jornalista. Ericson *et al.* (1989) considera que gerir informação não se limita apenas ao segredo e à censura, mas também à forma como se passa informação positiva e como se consegue torná-la pública.

Por seu turno, Gurevich (1993, *cit. in* Ribeiro, 2009) cria a visão da instituição/grupo/organização como fonte, facto que acaba por provocar uma certa ambiguidade no conceito da mesma. De acordo com o autor, se a fonte é individual é avaliada pela noticiabilidade. Por outro lado, se for grupo, é avaliada pela autoridade e credibilidade. Não obstante, individualmente, está relacionado com a capacidade de o assessor fornecer informação noticiável, enquanto, em grupo, a credibilidade do partido/organização é levada, uma vez mais, para a função da hierarquia das fontes.

Com isto, percebemos que, na opinião do autor, o valor-notícia é distorcido de acordo com as fontes, com o seu valor e a sua credibilidade. Este facto também tem a ver com a capacidade de “vender” a mensagem a quem interessa, a quem é mais poderoso e mais influente. Convém ainda não esquecer que a maioria dos jornalistas não é testemunha presencial dos factos que habitualmente relata. Ou seja, os vários tipos de acontecimentos que dão origem às notícias facilitam e dificultam o testemunho presencial dos profissionais da informação, consoante a sua natureza originária.

“Uma conferência de imprensa, uma sessão parlamentar, uma prova de automobilismo ou uma importante partida de futebol, são géneros de acontecimentos que podem permitir que os jornalistas preparem todos os seus equipamentos, de forma a dar a melhor cobertura possível ao desfecho da história. No entanto, acidentes como a queda da ponte Entre-os-Rios ou o descarrilamento de um comboio numa região escondida da África, dificultam, muito, a possibilidade de os jornalistas serem testemunhas da história que relatam.” (Évora, 2005, p. 3).

Curran (1980, *cit. in* Santos 2006) falou também das pressões na produção jornalística. Para o autor, as notícias são resultado do trabalho jornalístico nos recursos e políticas de gestão das empresas. Curran considera que uma simples decisão sobre o “arrendamento das pessoas” pode afectar a forma como a mensagem é passada. O mesmo refere ainda a pressão que os meios de comunicação social sentem dentro da própria redacção, “acima de tudo publicitária”.

Assim, o autor expressou em dez itens, aquelas que considera serem as repercussões que o poder das fontes exerce sobre os *media*:

1. Restrição à entrada no mercado;
2. Concentração da propriedade dos meios de comunicação social;
3. Concentração dos meios e recursos dos jornalistas;

4. Pressões do mercado;
5. Peso económico do grupo;
6. Censura à informação que agride as organizações que publicitam;
7. Rotinas e valores-notícia que excluem fontes pouco influentes;
8. Convenções estéticas que tornam o indivíduo como “centro do mundo”;
9. Divisão desigual dos recursos;
10. Pressões dos grupos de poder do Estado.

No livro “Sources and New Sources”, Manning (2001) estabelece um paradoxo quanto a este tema. Para ele as fontes profissionais têm muito poder, mas não conseguem impedir fugas de informação negativa do interior da sua organização. O autor olha para a comunicação social como um modelo de mobilização social, ou seja, com uma determinada capacidade de gerar interesse público, combatendo a apatia social. Deste modo, os jornalistas ficam numa posição a que o autor denomina de “mesolevel” e que lhes permite com facilidade influenciar a opinião pública.

Não obstante, Manning (2001) apresenta, ainda, aqueles que considera serem os quatro problemas e perigos da sociedade capitalista:

1. *Os spindoctors* (carga negativa que está a desaparecer);

2. A rotina estratificada (adaptada e apoiada nas novas tecnologias);
3. A fragmentação de acontecimentos (vários canais dos *media* e donos dos *media* que pioram o produto jornalístico porque o fragmentam demais);
4. A concentração dos meios de comunicação social.

Posto isto, Manning (2001) chega à conclusão de que as fontes não oficiais (tais como ONG's e Sindicatos) cada vez entram mais nos meios de comunicação social porque passaram a usar as mesmas ferramentas das fontes oficiais. Daniel Boorstin (1987, *cit. in* Évora 2005), por sua vez, deu um grande contributo para o pensamento sobre a comunicação social com a introdução do conceito de pseudo-acontecimentos. O autor chama ainda a atenção, sobretudo, para o carácter construído de uma boa parte da informação que chega ao espaço público.

Por sua vez, Évora, Dayan e Katz (1999) estudaram aquilo a que chamam de acontecimentos mediáticos ou *media events*, que, segundo os autores, incorporam as grandes cerimónias que funcionam como “dias de festas para a televisão”, dado que se prepara, com antecedência, toda a cobertura jornalística. Os autores defendem que:

“Os pseudo-acontecimentos e os *media events* sempre possibilitam o testemunho presencial dos jornalistas, dado que um e outro é preparado em função da sua repercussão nos meios de comunicação social, pelo que os jornalistas recebem, previamente, todo o programa e sabem tudo aquilo que vai acontecer, atempadamente. Mas, os grandes acontecimentos que fogem à rotina e que, muitas vezes, provocam um efeito surpresa na comunidade jornalística, dificilmente contam com a presença dos profissionais da informação” (*cit. in* Évora, 1999, p. 4). ´

Não obstante, para Boorstin (1987, *cit. in* Ribeiro, 2009, p. 47), os acontecimentos divulgados pelas fontes são previamente preparados com o intuito de se encaixarem nos critérios de noticiabilidade, a que o autor também denominou de “pseudo-acontecimentos”. Boorstin (1987, *cit. in* Ribeiro 2009, p. 47) considera que o pseudo-

acontecimento não é algo espontâneo, mas produz-se porque foi previsto, suscitado ou provocado. E explica:

“Os pseudo-acontecimentos são, portanto, eventos provocados, ou seja, que em condições normais não se produziram e que surgem apenas pela existência do sistema de media noticiosos. Neste quadro, os pseudo-acontecimentos podem ser motivados não só pelas fontes mas igualmente pelos jornalistas, quando estes, com o intuito de fomentar ou criar histórias, solicitam, por exemplo, comentários sobre assuntos já encerrados ou de escassa importância, ou quando baseiam as suas notícias nos boatos que lhes convêm” (Boorstin, *cit. in* Ribeiro, 2009, p. 47).

Por sua vez, o autor português Adriano Duarte Rodrigues (1993, *cit. in* Ribeiro 2009, p. 47) teorizou o conceito de meta-acontecimento. Para o autor estes são uma “espécie de acontecimentos segundos provocados pela própria existência do discurso jornalístico”. Com efeito, “o que torna o discurso jornalístico fonte de acontecimentos notáveis é o facto de ele próprio ser dispositivo de notabilidade (...) (1993, *cit. in* Ribeiro 2009, p. 47). Silvino Lopes Évora (2005) ao falar também desta questão refere que a própria natureza jurídica do direito à informação deixa espaço para que a fonte participe na construção das notícias, quando incorpora, na sua vertente tripartida, o “direito de informar, o direito de se informar e o direito de ser informado”. Évora explica:

“O direito de informar corresponde, na sua vertente positiva, à faculdade de todos os cidadãos poderem aceder a um conjunto de informações, úteis para a formação da sua consciência. Intimamente ligado a esta perspectiva jurídica, encontramos o direito de se informar, que tem um efeito, tanto sobre o público, como sobre os jornalistas” (Évora, 2005, pp. 4 e 5).

Mar de Fontcuberta (1996, 46) debruçou-se, também, sobre este assunto assumindo que, para si, as fontes de informação são “pessoas, instituições e organismos de todo o tipo que facilitam a informação de que os meios de comunicação necessitam para elaborar notícias”.

Para a autora, a chegada das informações às redacções processa-se de duas formas:

- 1) Por um lado, é o jornalista que, através da sua agenda de contactos, procura ter acesso a determinadas informações;
- 2) Por outro, a informação chega por meio da iniciativa de determinados sectores da sociedade, que têm interesses em ver assuntos na agenda pública.

Percebemos, então, que para a autora, é a fonte que ajuda o jornalista a explicar determinados acontecimentos, cuja presença testemunhal deste não foi possível. No entanto, salienta Évora (2005, p. 5), devemos ter presente que, muitas vezes, mesmo tendo presenciado o desenrolar de um acontecimento, o jornalista opta por confrontar o seu olhar com outras perspectivas, dando, desta forma, um estatuto importante às fontes, dentro do processo informativo.

Importa aqui referir que Leon Sigal (1973, *cit. in* Ribeiro 2009) foi um dos primeiros investigadores a assumir a nova perspectiva de ascensão das fontes de informação em detrimento, por exemplo, das organizações noticiosas. Num estudo comparativo entre o noticiário dos jornais diários norte-americanos *The New York Times e The Washington Post*, o autor chegou à conclusão de que as notícias resultam, não tanto do que os jornalistas pensam, mas da informação que as fontes transmitem. Neste sentido, constata-se que a notícia depende das fontes que a alimentam que, por sua vez, “dependem da forma como o jornalista procura e/ou recebe a informação”.

De acordo com Sigal, são as fontes oficiais que controlam a informação sobre o meio envolvente, em particular a relativa ao mundo e à opinião pública. Partindo destas premissas, o autor distingue três tipos de canais informativos, por onde considera que se dão os fluxos de informação (1973, *cit. in* Ribeiro 2009):

1. Canais de rotina - que segundo ele, englobam desde as informações ou acontecimentos oficiais (julgamentos, campanhas eleitorais, sessões parlamentares, entre outros eventos) aos *press-releases* e relatórios; conferências de imprensa (o

que inclui *briefings* diários de porta-vozes oficiais com jornalistas ou entrevistas televisionadas); acontecimentos não espontâneos (discursos e cerimónias, por exemplo).

2. Canais informais - que incorporam aquilo que podemos chamar de “informação simples” (ex. assembleia geral de uma associação cívica). Abrange encontros reservados e restritos; fugas de informação; acontecimentos não governamentais (como por exemplo, encontros associativos ou convenções sindicais); e notícias de outros news *media*, entrevistas com jornalistas e editoriais.

3. Canais de iniciativa – dão-se quando existe procura da informação por parte dos jornalistas (contactando as fontes de informação). São entrevistas promovidas por jornalistas; acontecimentos espontâneos testemunhados em primeira-mão pelo jornalista (incêndios, tumultos ou catástrofes naturais, por exemplo); pesquisa independente envolvendo citações de livros e dados estatísticos; e conclusões ou análises do jornalista (Sigal, 1973, *cit. in* Ribeiro 2009).

Com base nesta tipologia, Sigal (1973, *cit. in* Ribeiro 2009) verificou que o nível de confiança dos jornalistas nos canais de rotina é menor quando aumenta o recurso aos canais de iniciativa e quando sobe o número de fontes contactadas, permitindo assim, novas abordagens aos acontecimentos. Vasco Ribeiro (2009, p. 21) explica esta posição do autor:

“Governos, responsáveis de instituições públicas e privadas, empresários e todos os designados para falar em nome do interesse público possuem, enquanto fontes autorizadas ou fidedignas, um enorme volume informativo, sendo capazes de controlar o seu acesso e gerir a sua disseminação de acordo com interesses específicos. Daí que, quando o jornalista consulta fontes com menor peso institucional (ou não-oficiais), por vezes depara-se com versões totalmente opostas dos mesmos factos, o que lhe possibilita uma mais ampla compreensão dos acontecimentos” (Ribeiro, 2009, p. 21).

Sigal (1973, *cit. in* Ribeiro 2009) prova ainda no seu estudo, que são as fontes autorizadas que predominam nas notícias. Ou seja, o autor entende que para ser alvo de cobertura mediática, o cidadão anónimo precisa de causar impacto público, fazendo-o frequentemente através de actos extraordinários. O que acontece, é que “isso o descredibiliza enquanto fonte de informação”.

Na sua análise sobre este assunto, Fontcuberta (1996) refere também a opinião de Héctor Borrat (2003, *cit. in* Fontcuberta 1996, p. 45) que, por seu turno, sustenta que, quanto maior for a quantidade, qualidade e diversidade das informações que comunica e das fontes que cita, maior será a credibilidade da fonte e, por isso, a sua influência. Com isto, o autor pretende evidenciar a necessidade que os jornalistas têm de cruzar as suas fontes de informação, de forma a privilegiar a pluralidade das diferentes vozes da sociedade, o que reduz a possibilidade de instrumentalização.

Borrat (*cit. in* Fontcuberta 1996, p. 46) afirma veemente que o poder informativo do jornal se evidencia pelo número, qualidade e pluralismo das suas fontes de informação. Para o mesmo,

“perante um determinado facto noticiável, o jornal precisa de ter várias fontes contrastáveis para que a sua versão não seja uma simples transcrição ou reprodução da de uma única fonte, nem reflecta apenas a versão de uma das partes em conflito” (Borrat, *cit. in* Fontcuberta 1996, pp. 47 e 47).

Podemos considerar que as fontes jornalísticas possuem naturezas diversas, podendo, assim, ser exclusivas ou partilhadas. Quando forem exclusivas, a sua importância para o jornalista é muito maior, dado que possibilitam o acesso a informações privilegiadas. Isto, tendo em conta que os media operam hoje num contexto de mercado, fazendo com que as redacções vivam submetidas à pressão da novidade, da originalidade e da exclusividade.

Por seu turno, quando as fontes são partilhadas procuram garantir aos diversos meios de comunicação social, um volume de informações mais ou menos homogéneo, muitas

vezes, distribuídas em função da credibilidade e do estatuto que cada órgão comunicativo ocupa no espaço público. Évora (2005) explica:

“As agências noticiosas, os gabinetes de imprensa, as agências de comunicação, para além de outros tantos organismos públicos e privados, são autênticas fontes partilhadas, que tentam preencher o universo dos *media* com um conjunto de informações, que pode, ou não, ser indispensável para a necessidade que os cidadãos têm de aceder às notícias” (Évora, 2005, p. 7).

3.2 Concepções Dominantes sobre as Fontes de Informação

Entre os meios tradicionais de comunicação, públicos ou privados, novos veículos informativos são oferecidos ao público por organizações profissionais, sociais e, inclusive, por segmentos do poder público. Este tipo de *media* é mantido e administrado por actores sociais que, até então, se limitavam a desempenhar o papel de fontes de informação. Estas fontes são, em grande parte, verdadeiras organizações políticas, que actuam de forma semelhante às entidades representativas e a grupos de interesse que, habitualmente, se apresentam na esfera pública a desempenhar o papel de actores políticos.

De acordo com Offerlé (*cit. in* Sant’Anna, 2007) deter uma visibilidade pública é o objectivo desses grupos, uma vez que para interferir na esfera pública, neste período de pós-modernidade, é necessário estar inserido na agenda mediática. O autor defende que desta forma, “a imprensa tradicionalmente vista como um espectador externo aos factos começa a perder totalidade do domínio da cena informativa”. Assim sendo, poderíamos pensar em classificar o conjunto de informações difundidas por este tipo de *media* enquanto uma modalidade diferente de prática jornalística, denominando-a de “Jornalismo das Fontes”, e considerando os profissionais que nela actuam de “Jornalistas das fontes” (Offerlé *cit. in* Sant’Anna, 2007).

Ao analisarmos o que foi dito até agora pelos diversos autores referenciados, percebemos que as fontes podem ser pessoas, grupos, instituições sociais ou então uma

fala, um documento ou um mero dado, preparado, construído ou deixado. Estas remetem para posições e relações sociais ou para determinados interesses e pontos de vista. Ou seja, as fontes a que os jornalistas recorrem ou mesmo aquelas que procuram os jornalistas, são entidades interessadas. Este interesse pode significar que estas estão implicadas no assunto em questão e, por isso, desenvolvem a sua actividade a partir de estratégias e táticas bem determinadas. Gomis (*cit. in* Pinto 2000, p. 275), por sua vez afirma que “se há notícias, isso deve-se, em grande medida, ao facto de haver quem esteja interessado que certos factos sejam tornados públicos”.

Na nossa opinião, outra forma de abordar a interacção entre fontes e jornalistas consiste em tipificar os diferentes tipos de fontes existentes. As taxonomias daí resultantes são vastas e, desse modo, vinculadas a perspectivas e interesses distintos. Posto isto, e de acordo com Pinto (2000, p. 279) podemos, então, classificar as fontes da seguinte forma:

1. Segundo a natureza, que são fontes pessoais ou documentais;
2. Segundo a origem, que são fontes públicas (oficiais) ou privadas;
3. Segundo a duração, pois podem ser fontes casuais ou permanentes;
4. Segundo o âmbito geográfico, ou seja, as fontes locais, nacionais ou internacionais;
5. Segundo o grau de envolvimento nos factos, que podem ser oculares ou primárias e indirectas ou secundárias;
6. Segundo a atitude face ao jornalista, ou seja, fontes activas ou espontâneas e passivas ou resistentes;

7. Segundo a identificação, fontes assumidas ou anónimas e ainda;
8. Segundo a metodologia ou a estratégia de actuação, fontes preventivas ou defensivas.

Entretanto, ainda dentro desta linha classificatória, podem-se considerar também incluídas as abordagens que, em lugar de tipificar as fontes, procuram antes catalogar e analisar os problemas que emergem da actividade dos jornalistas, da actividade das fontes ou da relação entre ambas as partes.

De acordo com Pinto (2000, pp. 279 e 280), encontramos, nesta linha, tópicos como as fugas de informação, o recurso às fontes anónimas ou aos disfarces para obtenção de informação; a instituição e prática do *off the record* e do embargo; o recurso aos rumores e boatos; a realização e mediatização das sondagens; o direito dos jornalistas à protecção das suas fontes de informação; as implicações da “informação-espectáculo”, dos “pseudo-inventos” e do recurso cada vez mais frequente ao directo em rádio e televisão. Para dar apenas alguns exemplos em torno dos quais se centram com mais frequência e atenção, os debates públicos e os manuais de jornalismo.

Héctor Borrat (2003, *cit. in* Fontcuberta 1996, p. 50) tem, também, definida uma classificação específica das fontes. Em primeiro lugar, ele destaca a fonte resistente e a fonte aberta. Segundo a sua explicação, a primeira levanta grandes obstáculos aos jornalistas, quando lhe são solicitadas determinadas informações; enquanto a segunda não opõe resistência, mas também não toma iniciativa de entrar em contacto com os jornalistas. Por outro lado, existe a fonte espontânea, que toma a iniciativa de contactar com os jornalistas, na expectativa de fornecer determinadas informações.

O autor fala, ainda, na fonte ansiosa que, embora tendo uma atitude semelhante à da fonte espontânea, o seu grau de envolvência pessoal e de urgência é muito maior. Por fim, Borrat (2003) destaca ainda a fonte compulsiva, que é aquela que toma iniciativa, com todos os recursos que estão ao seu dispor, exercendo uma espécie de pressão sobre

os meios de comunicação social, de forma a ver publicadas as suas informações. Ou seja, “as fontes tentam manipular as notícias, a favor delas e os jornalistas tentam manipular as fontes de modo a conseguir a informação que querem” (Borrat, *cit. in* Fontcuberta 1996, p. 50). Podemos ainda analisar este tema de um ponto de vista funcional e utilitário. Para tal, Pinto colocou questões como:

“O que procuram as fontes de informação quando procuram a atenção dos media ou os jornalistas quando recorrem às fontes? Que motivações as conduzem? Que objectivos e finalidades perseguem?” (Pinto, 2000, p. 280).

Segundo o autor (2000, p. 281), pode-se fazer passar dissimuladamente a ideia de que as fontes e os jornalistas são realidades “uniformes, homogéneas, invariáveis”. No entanto, na opinião de Ericson *et al.* (1989), as fontes e os jornalistas parecem estar ligados por relações que pressupõem diferentes níveis de variação, os quais dependem do tipo de organização das fontes e do tipo de organização das notícias. “Fontes diferentes apresentam requisitos diferentes, em termos de exposição e de reserva de conhecimento”, afirma Ericson *et al.* (1989, p. 24).

No que diz respeito ao peso das fontes, autores como Blumler e Gurevitch (2005, *cit. in* Pinto, p. 281), distinguem as acções individuais das institucionais, sugerindo uma duplicidade no tratamento informativo. Ou seja, tal como os autores explicam, de acordo com os valores-notícia do jornalista, a fonte individual é avaliada somente pela noticiabilidade do acontecimento, ao invés da fonte institucional que é acreditada pela sua posição, autoridade e credibilidade. Isto significa que o jornalista dá mais crédito ao Primeiro-Ministro do que ao cidadão anónimo, o que faz com que exista uma tendência para orientar a sua actividade noticiosa em função das fontes oficiais, o que já falamos e explicamos anteriormente.

Por seu turno, o investigador Paolo Mancini (1993, *cit. in* Ribeiro 2009, p. 46), partindo de uma observação do relacionamento entre jornalistas e fontes, advertiu para as perversidades resultantes da proximidade entre quem divulga acontecimentos, neste caso os políticos, e quem lhes dá cobertura noticiosa. O que acontece é que, na opinião

de Mancini (1993), se, por um lado os políticos usam os jornalistas para colocarem estrategicamente no espaço mediático as informações que mais lhes convêm, por outro os jornalistas também fazem uso impróprio, mas igualmente estratégico, das declarações dos políticos, mesmo se dadas informalmente.

Assim sendo, acaba por se gerar entre jornalista e fonte, uma relação que oscila, segundo o investigador, entre “a suspeita e a confiança” (Mancini, 1993, *cit. in* Ribeiro 2009, p. 46). Neste jogo de interesses, Rogério Santos (1997) observa ainda que, habitualmente, as fontes de informação estão permanentemente disponíveis para colaborar com os jornalistas na produção das notícias, visto ser vantajosos para ambas as partes. De acordo com o investigador português,

“as fontes de informação das distintas instituições (governamentais, empresariais, associativas) traçam, antecipadamente, a ocorrência de acontecimentos, trabalhando-os de forma sistemática e enviando-os para o jornalista, segundo critérios de noticiabilidade adequados” (Santos, 1997, p. 193).

3.3 Classificação das Fontes

O estudo das fontes de informação constitui um aspecto importante na pesquisa que se tem efectuado sobre jornalismo. Isto acontece porque, se o jornalismo fornece informações e ideias ao espaço público e, se essas informações e ideias produzem efeitos nas pessoas, nas sociedades, nas civilizações e nas culturas, convém esclarecer a proveniência dessas informações e ideias, bem como perceber qual o processamento e enquadramento a que são sujeitas antes de chegarem ao espaço público, tal como quais as forças que bloqueiam algumas delas ou que aceleram a difusão e aumentam, portanto, o impacto de outras.

De acordo com Sousa (2002), a vastidão do campo de informação permite encontrar vários objectos de estudo dentro da temática das fontes de informação. Para explicar esta sua ideia, o autor cita Leon Sigal (1973, p. 130) que enfatizava a ideia de que os conteúdos das notícias dependem daquilo que as fontes dizem e dos tipos que são

consultados (oficiais e não oficiais), apesar da mediação das organizações noticiosas e dos jornalistas.

Para além disso, Sigal (1973, p. 130) faz ainda notar que as fontes de informação dominantes (como, por exemplo, o Governo), detêm um peso significativo nas notícias e um acesso rotineiro aos *media* (canais de rotina). Por seu turno, Sousa (2002) afirma que por esse mesmo facto, aqueles que são visto como “desconhecidos” têm de se fazer notar frequentemente através de actos “espectaculares”, para conseguirem ser notícia. Contudo, Sousa afirma que esta realidade “coloca em desvantagem os desconhecidos, inclusivamente porque nas notícias parecem menos respeitáveis do que as fontes oficiais”. Não obstante, o pesquisador afirma por esse mesmo facto, que os “desconhecidos” – tal como eles os denomina – têm de se fazer notar, frequentemente, através de actos “espectaculares”, para que consigam ser notícia.

Quando declara veemente que a notícia depende maioritariamente das fontes que a alimentam, Sigal (1973) explica que para esta dinâmica contribuem o tipo de fontes consultadas, ou seja, as oficiais e não-oficiais, sendo que, na sua opinião, a maioria das notícias resultam de fontes oficiais.

“Há mais notícias emanadas por fontes oficiais do que por qualquer outra fonte. A maior parte destas notícias passa rotineiramente pelos canais formais da informação pública do governo para os jornalistas que cobrem a área de Washington. Mas nem toda a recolha de informação é rotineira. Algumas notícias fora da rotina provêm de fontes oficiais que revelam à imprensa uma peça informativa que lhes é pertinente, por iniciativa própria e sem autorização específica para tal. As notícias restantes têm de ser compostas pelos jornalistas, nas suas rondas, trocando e confirmando as suas informações com os seus contactos no governo, e fazendo mesmo algumas adivinhações. Também nestas instâncias são as fontes oficiais que fornecem a informação que faz a notícia” (Sigal, 1973, p. 131).

Por conseguinte, compreender a razão porque as fontes se dirigem aos jornalistas e lhes transmitem determinados dados é a chave para explicar que informação resulta em determinadas notícias e como estas são produzidas. Neste contexto, Sigal percebeu que

“as manobras da imprensa noticiosa procuram influenciar o resultado de uma decisão, mudando a informação que lhe serve de base” (Sigal, 1973, p. 133). Hélio Ademar Schuch (2004), por sua vez, ao debruçar-se sobre a questão das fontes, percebe que o relacionamento com as fontes, do ponto de vista daquilo a que ele chama *jogo do off*, implica diversas interações baseadas em três critérios distintos.

“Considerando-se a frequência, pode ser ocasional (ocorrer uma única vez) ou assídua (com maior intensidade). Pelo critério da selecção, pode ser *randômica* (relacionamento preso a ocorrência aleatória de factos) ou determinada por interesses editoriais (o jornalista ou editor ou colunista escolhe a fonte). Por seu turno, pelo critério da identificação, podem ser públicas ou não” (2004, p. 2).

De acordo com a interpretação do autor, surge outro tipo de fontes, as fontes convencionais. Estas são identificadas na matéria, produto de pauta factual ou não-factual. Segundo ele, o trabalho de iniciativa dos jornalistas é diferente do fornecimento de informação em *off*, quando a iniciativa pode ser da fonte (embora também possa ser do jornalista). Por outro lado, o autor em questão considera que as fontes não-convencionais são aquelas não identificadas na matéria, sendo o caso do fornecimento de informações em *off* para jornalistas, editores e colunistas. Schuch explica:

“A necessidade de gerar matéria a partir de fontes cria uma situação de dependência em relação a elas e, conseqüentemente, desenvolve: a) no nível da subjectividade, possibilidade de expressão de interesses; b) no nível da objectividade, possibilidade de acoplamento de preferências de informações, seleccionadas de um conjunto. A dependência acentua-se pela restrição do número de fontes em função de editoras e veículos especializados e mesmo colunistas” (Schuch, 2004, p. 2).

Não obstante, o autor afirma ainda que, no leque das pessoas que podem ser ou são fontes, há aquelas que têm capacidade estratégica, ou seja, que apresentam condições de:

- 1) Perceber oportunidade no fornecimento de informações para um jornalista;

- 2) Ser neutro ou ter propensão ao risco;
- 3) Elaborar um plano de ganho envolvendo este fornecimento e, por extensão, um veículo jornalístico;
- 4) Conseguir posicionar-se como fonte;
- 5) Mentalizar e desenhar o jogo que será desenvolvido;
- 6) Apreender o mecanismo mais eficiente para os seus objectivos (por exemplo, tornar o jornalista seu aliado).

Schuch (2004, p. 2) afirma ainda que, para tudo isto, o agente deve, em primeiro lugar, conhecer o funcionamento do jornalismo; em segundo, perceber o interesse do jornalista; em terceiro, ser capaz de possuir, para repassar, informações de alto valor jornalístico.

Vasco Ribeiro (2009, p. 58), refere também a existência de fontes profissionais e organizadas e chega mesmo a afirmar que hoje em dia, escasseiam as dúvidas sobre sua eficácia. Segundo ele, os jornalistas tendem a confiar, preferencialmente, nos dados provenientes de assessores de imprensa, porta-vozes governamentais ou técnicos de gabinetes de relações públicas e agências de comunicação, embora saibam, à partida, que estes agem de forma interessada, ou seja, com uma intenção específica subsidiária dos interesses da organização para a qual trabalham.

No entanto, autores como Sigal (1973) ou Ericson *et al.* (1991) apontam para um peso das fontes burocráticas ou oficiais na produção das notícias da ordem dos setenta por cento. “Como resultado, a responsabilidade para com a verdade é deixada à fonte, com mais frequência do que menos” (Denis McQuail, 2003, p. 295). No estudo desta

questão, mostra-se pertinente ter ainda atenção à tipificação sugerida por Ericson *et al.* (1991). Para os investigadores, existem quatro categorias principais de fontes: jornalistas; porta-vozes de instituições e organizações governamentais; porta-vozes de instituições e organizações não-governamentais; e cidadãos individualizados.

“Embora pareça paradoxal, os jornalistas surgem nesta lista porque incluem os seus pontos de vista nas notícias; revelam, sem o referirem, acontecimentos a partir de fontes sob anonimato; e são frequentemente entrevistados por colegas de profissão” (Ericson *et al.*, 1991, p. 188).

Segundo o autor, os porta-vozes de instituições e organizações governamentais são citadas nos jornais e na rádio o dobro de vezes que as do sector privado – o que vem ao encontro, por exemplo, dos resultados obtidos por Sigal (1973), autor que constatou o domínio das fontes institucionais nos noticiários.

Por seu turno, Ericson *et al.* consideraram ainda que as fontes privadas⁷ procuram exercer um controlo mais rígido sobre as notícias que os *media* publicam sobre elas. Já os cidadãos individualizados representam, na classificação de Ericson *et al.* (1991), a *vox populi* e, embora tenham um estatuto menor na hierarquia das fontes, surgem num grande número de notícias, uma vez que reflectem os pontos de vista dos jornalistas. As fontes individuais exprimem-se, segundo os autores, de três modos:

“Reacção pública a notícias concebidas a partir de dados fornecidos pelas fontes institucionais; crítica a políticas ou comportamentos com impacto negativo sobre elas; e manifestação de emoções face a determinadas situações públicas ou de opiniões sobre decisões oficiais, o que acaba por sustentar a ideologia do próprio jornalista” (Ericson *et al.*, 1991, p. 190).

Neste último caso, verifica-se uma tendência para a utilização das citações dos cidadãos, de acordo com a visão que o jornalista tem do mundo e que exprime, assim, as

⁷ Conceito que abarca empresas, partidos políticos e associações de diferente índole (ambientais, cívicas, dos consumidores, etc).

suas convicções através das notícias. Ericson *et al.* (1991) assinalaram, ainda, a existência de fontes não específicas, que surgem nas notícias citadas sem qualquer indicação de identidade ou filiação organizacional:

“Designações tão comuns, sobretudo na imprensa, como “fonte bem informada”, ou “fonte próxima” acobertam, normalmente, pessoas com capacidade de decisão política ou grande relevância socioeconómica, assessores de imprensa (em particular os que estão ligados a instâncias de poder) e os relações-públicas (ou técnicos de comunicação e imagem)” (Ericson *et al.*, 1991, p. 190).

Para tentar perceber melhor a questão das fontes de informação, o professor norte-americano de jornalismo Melvin Mencher (1991) distinguiu quatro níveis de identificação das fontes e de atribuição da informação, de acordo com os compromissos assumidos pelo jornalista: *on the record* (atribuição directa, para publicação), *off the record* (confidência total), *on background/not for attribution* (atribuição com reserva) e *on deep background* (atribuição com reserva total). No caso do *on the record*, a fonte é identificada e tudo o que ela afirmar pode servir de matéria jornalística. Segundo Ribeiro (2009) trata-se de uma regra canónica do jornalismo.

“Por antítese, quando é solicitado o *off the record*, o jornalista, depois de expressamente o aceitar, não deve identificar a fonte nem divulgar a informação por ela fornecida” (Ribeiro, 2009, p. 59).

Não obstante, Vasco Ribeiro (2009) explica que os dados obtidos *off the record* revelam-se amiudadas vezes, bastante importantes para o trabalho do jornalista que pode tentar confirmar ou desmentir junto de outra fonte a informação que lhe foi originalmente transmitida. “E caso se confirme por outra fonte a veracidade da informação *off the record*, o jornalista tem toda a legitimidade para a noticiar” (Vasco Ribeiro, 2009, p. 60).

É também importante salientar que, no entanto, o *off the record* constitui, igualmente, uma profícua ferramenta de trabalho para as fontes profissionais de informação. Isto

porque quando usado de forma estratégica, o *off the record* pode, preventivamente, travar eventuais notícias negativas ou evitar a perda e notoriedade de um determinado político.

Ribeiro (2009, p. 60) explica ainda que, tratando-se de uma situação de *on deep background*, a fonte não é totalmente identificada, embora sejam fornecidos alguns dados sobre a sua condição ou sobre o ambiente onde actua. Verifica-se, então, o uso de designações como as citadas há pouco em relação ao estudo de *Ericson et al.* (1989, p. 192) “fonte próxima de...”, “um membro do Governo”, “um dos participantes na reunião”, entre outras. Para além disso, as informações que uma fonte *on background* fornece podem ser objecto de enunciação jornalística.

De acordo com Ribeiro (2009, p. 61), para as fontes que sabem usar este grau de confidencialidade, o *on background* pode moldar a construção de uma notícia, sem que o leitor perceba que a fonte daquela informação é a principal parte interessada. Por último, a fonte *on deep background* não pode ser identificada, nem sequer podem ser dados indícios sobre a sua condição ou sobre o ambiente onde actua.

Contudo, segundo o investigador, as informações fornecidas por este último tipo de fonte podem ser divulgadas, usando-se para isso, designações como “fonte bem colocada”, “fonte bem informada” ou “fonte autorizada”, por exemplo. Para além disso, o jornalista pode ainda recorrer a asserções como “sabe-se”, “segundo nos informaram”, “é do nosso conhecimento”, entre outras, ou simplesmente citar sem identificar qualquer fonte, directa ou indirectamente (Ribeiro, 2009, p. 61). Ribeiro lembra:

“Mais uma vez, do ponto de vista da fonte, o *deep background* afigura-se como uma arma poderosíssima, podendo, nas mãos erradas, causar muitas vítimas. E sempre sob o escudo de protecção que o jornalista oferece” (Ribeiro, 2009, p. 61).

3.4 Rotinas Produtivas das Fontes de Informação

Nas sociedades contemporâneas a convicção dominante é que “ser é aparecer” e, especifique-se aqui que, para a sociedade em que vivemos, “aparecer significa entrar no espaço público através dos *media*, em particular, da televisão (Ribeiro, 2009, p. 55). Para o autor, “quem não aparece no universo mediático não é socialmente relevante”, ou seja, não existe do ponto de vista público, e continua:

“Daí que a Comunicação Social que se tenha tornado uma verdadeira agora grega, no sentido em que funciona como um fórum onde tudo se decide e no qual, naturalmente, todos querem participar. E é nesta moderna agora grega que se gera e enforma a chamada opinião pública, um conceito surgido no século XVIII e que consiste, em traços gerais, na reacção de uma comunidade a um assunto que ganha significado geral” (Ribeiro, 2009, p. 55).

Esta questão foi analisada com detença por Jürgen Habermas, que, por sua vez, defendeu que os cidadãos agem como um público quando tratam de assuntos de interesse geral, sem serem, sequer, sujeitos a coacção. Neste sentido, entende-se que, habitualmente, a opinião pública se refira, sobretudo, às funções de crítica e de controlo exercidas pelo público, seja de modo formal ou informal. Consecutivamente, o autor introduziu o conceito de “esfera pública”, espaço onde, segundo ele, racional e universalmente se discutem os interesses gerais, ou seja, onde se forma e expressa a opinião pública em si.

Para Niklas Luhmann (1992, *cit. in.* Menezes, 2009), o conceito de opinião pública “diz respeito ao sistema social da sociedade e não ao que de facto acontece na consciência das pessoas, individual e colectivamente, num determinado período de tempo”. Deste modo, o autor não se refere, portanto, ao que os indivíduos pensam, mas sim ao que compreendem e ao que conseguem memorizar (1992). Luhmann defende ainda que, habitualmente, os actores políticos tentam ajustar as suas agendas à dinâmica temporal dos *mass media*, isto porque procuram as ocasiões mais propícias para abordar certos assuntos ou agir de determinado modo, segundo uma lógica de actualidade mediática e

tendo em conta os supostos efeitos de promoção política (1992). O autor dá um exemplo:

“Para a política, a opinião pública é um dos mais importantes sensores cuja observação substitui a observação directa do ambiente. Os temas da opinião pública, as notícias e os comentários na imprensa e no audiovisual têm uma óbvia importância para a política e ao mesmo tempo escondem com a sua evidência o que é realmente importante. Tem simplesmente de aparecer nos jornais” (Luhmann, 1992, *cit. in*. Menezes, 2009).

Por sua vez, a socióloga alemã Noelle-Neuman introduziu, em 1974, o conceito de “espiral do silêncio”, em que defende que as opiniões maioritárias são formadas a partir das relações entre os meios de comunicação social, a comunicação interpessoal e a percepção que cada indivíduo tem da sua própria opinião, quando confrontada com a dos outros.

“Os indivíduos procuram evitar o isolamento comungando das correntes de opinião maioritárias. E se porventura perfilham movimentos de opinião maioritários, tendem a eximir-se de expressar os seus pensamentos, por recearem ficar isolados. Daqui resulta a tal espiral do silêncio, que distorce a imagem da realidade e descredibiliza o conceito de opinião pública” (Bourdoon 1997, *cit. in* Ribeiro, 2009, p. 56).

Importa lembrar que, no mundo contemporâneo, os meios de comunicação não têm dificuldade em captar os enunciados necessários para a produção do seu discurso. De acordo com Menezes (2009, p. 4) já não é suficiente “estar informado” sobre o que acontece na nossa cidade, país ou no resto do mundo. Actualmente, as pessoas querem “comentar os factos, emitir opiniões, criticar ou elogiar as acções do Governo”, enfim, pretendem ser ouvidas. A imprensa torna-se, por isso, responsável por publicar as opiniões, análises ou explicações dos integrantes das mais diversas classes sociais.

Mamou (*cit. in* Menezes, 2000, p. 4) afirma que “ao dirigir-se a toda a sociedade, a comunicação social permite a cada pessoa ter a ilusão de transparência para com os outros”. Seguindo a mesma lógica, Traquina (2005) afirma que, cada vez mais, o

jornalista exerce a função de porta-voz da opinião pública ao amplificar as diferentes vozes no interior da sociedade que deveriam ser ouvidas pelos Governos. Contudo, o autor salienta, ainda, que para tal, partimos do pressuposto de que as fontes, ao terem opiniões divulgadas na imprensa, legitimam o próprio discurso jornalístico. O autor explica:

“Com esse objectivo, os periódicos credenciam ou desqualificam os enunciados das suas fontes para que melhor se coadunem à linha editorial do veículo, e fazem-no baseados nos critérios de objectividade jornalística firmados no interior do próprio campo” (Traquina, 2005, p. 132).

Com a preocupação de informar a população de forma supostamente objectiva, os jornalistas utilizam estratégias para dar credibilidade à sua objectividade. A apropriação dos enunciados, por exemplo, é uma delas. Considera-se fonte de informação toda e qualquer entidade que possua dados susceptíveis de serem usados pelo jornalista no seu exercício profissional” (Sousa, 2004, p. 103). Por esse facto e, como explica o autor, normalmente os jornalistas trabalham mais com fontes humanas ou com organizações em que trabalham pessoas.

“Todos os jornalistas procuram explicar a realidade de um facto através da observação directa ou da descoberta de fontes humanas fidedignas que possam informar sobre o facto, as suas causas e as suas consequências. Essas são importantes, mesmo quando o jornalista assiste ao acontecimento: supõem outro ponto de vista e trazem dados complementares” (Fontcuberta, 1999, p.47).

Podemos verificar que, no meio jornalístico, um dos diferenciais do profissional da redacção é a quantidade e a qualidade das suas fontes de informação. Porém, nem sempre o jornalista presencia o facto que irá relatar. Nesse caso, é por meios das versões de testemunhas que a reportagem ou notícia é elaborada. Menezes (2009, p. 5) acrescenta ainda que, “mesmo ao presenciar um episódio, desde uma partida de futebol até ao flagrante de um assalto, o jornalista compõe um texto com a ajuda de informadores”.

A importância das fontes é atestada por jornalistas das mais diversas formações. Até quem combate a suposta objectividade jornalística ressalta a dependência do jornalista perante a fonte. Tom Wolfe (2005, *cit. in*, Menezes, 2009, p. 6) por exemplo, um dos principais nomes do “Novo Jornalismo”⁸ fez questão de lembrar:

“O ponto de partida do jornalista é invadir a privacidade de alguém, fazer perguntas que não tem o direito de esperar que sejam respondidas – e, assim que ele se rebaixou a esse ponto, transforma-se num suplicante de canequinha na mão, à espera que venha a informação ou que alguma coisa aconteça, esperando ser tolerado o bastante para conseguir o que precisa, adaptando a sua personalidade à situação, insinuando-se, servindo, fazendo o que for preciso, suportando insultos, abusos, até choques ocasionais na eterna busca da história – comportamento que chega bem perto do *servillismo* ou *medicância*”(Wolfe, 2005, *cit. in*, Menezes, 2009, p. 6).

Retornando a Fontcuberta, o autor acredita que não é só o jornalista que ganha prestígio por meio das fontes. (1999, p. 49) Aqui, entramos num outro campo importante para este estudo. O autor afirma que elas também são fundamentais para consolidar o poder informativo do periódico. Nesse sentido, entendemos que o pluralismo de opiniões é fundamental. Apesar de tolher as temáticas debatidas, a imprensa abre espaço para a “pluralidade” de ideias. Senão, veja-se por exemplo o facto de, numa reportagem, ser comum comprovar que o “outro lado” foi, pelo menos, procurado.

É essencial demonstrar que o jornalista não procura conduzir o receptor a formar um juízo de valor favorável a um dos lados envolvidos na questão. Isto quer dizer que, o profissional de imprensa simplesmente reporta os factos ocorridos e dá a oportunidade para todos os envolvidos no episódio manifestarem publicamente os seus argumentos. Na maioria das vezes, a imprensa tenta isentar-se da responsabilidade das informações que publica ao colocá-las “na boca da fonte”.

⁸ Estilo jornalístico que rompia com o *lead* e a impessoalidade do texto mediático.

Este procedimento, que ajuda a consolidar o efeito de objectividade dos enunciados da fonte é denominado por Traquina como o “uso judicioso das aspas”.

“Os jornalistas vêem as citações de opiniões de outras pessoas como uma forma de prova suplementar. Ao inserir a opinião de alguém, os jornalistas acham que deixam e participar na notícia e deixam os factos falarem” (Traquina, 2005, p. 140).

Hélio Ademar Schuch (2004, p. 2), aborda ainda uma outra questão deste assunto, aquilo a que intitula de “jogo do off”. Segundo o autor, normalmente, o fornecimento de informações ou ocorre através de uma entrevista ou é feito na forma de envio ao jornalista ou à empresa. Schuch declara que o “jogo do off” é um fornecimento fundamentado no anonimato da fonte. O investigador afirma que esta é a sua principal regra e explica ainda que, “por definição, existe um acordo tácito e explícito, entre a fonte e o jornalista (empresa), de que este anonimato não pode ser roto”.

Portanto, esta regra impõe que,

“para a fonte, ampla liberdade no fornecimento de informações, ou melhor, ausência de coerções que poderiam em outra situação, como na relação fonte-jornalista convencional, onde a fonte é pública, determinar os conteúdos relatados” (Schuch, 2004, p. 2).

Não obstante Schuch (2004, p. 3) declara, conjuntamente, que o fornecimento de informações através do *off* toma a forma de um jogo cooperativo quando os dois agentes procuram ganhos cuja base é aquilo que um pode oferecer ao outro. Segundo o autor, tanto para a fonte como para o jornalista, a iniciativa e aceitação para o fornecimento de informações em *off* já é uma estratégia:

1. Para a fonte, porque é o modo de, resguardando a sua identidade, obter segurança e satisfazer o seu interesse, que é a difusão de uma determinada informação. O interesse nesta difusão é porque ela acredita que causará um determinado efeito esperado.

2. Para o jornalista, porque é o modo de se obter informações de alto valor jornalístico com exclusividade. O anonimato da fonte é o seu “pagamento” pelas informações, mas em seu cálculo de custo/benefício, o valor jornalístico, e as suas consequências, compensam a exigência.

Entretanto, o autor afirma ainda que o fornecimento de informações em *off* nada mais é do que a procura de certos ganhos, mutuamente, através da optimização dos recursos de cada agente que são, na fonte (informações de grande valor jornalístico, isto é, capacidade de impacto) e no jornalista (possibilidade de difusão destas informações com exclusividade).

Resumindo, diga-se que, para o jornalista, aquilo que importa é a veracidade, o alto valor jornalístico e a exclusividade das informações. Entre estes três factores, a veracidade é o que oferece menos controlo por parte do jornalista. Quanto ao valor jornalístico, este é um juízo fácil de ser feito, visto ser um conceito rotineiro. Por seu lado, a exclusividade admite apenas duas opções, sim ou não. De acordo com Schuch (2004, p. 3), como a única forma de obtê-las é através do *off*, o jornalista aceita o anonimato da fonte e, com esta sua estratégia, abre mão da autoria pública das informações e da sua obtenção.

“A lógica do fornecimento de informações em *off* é uma relação de necessidade interdependente entre fonte e jornalista (um precisa do outro), baseada no anonimato da primeira e no interesse do segundo”.

Refira-se que o fornecimento de informações em *off* é uma situação de interdependência cooperativa onde, à partida, os dois agentes obtêm ganhos, apenas obedecendo às regras estabelecidas mutuamente. E é isto que assegura o equilíbrio àquilo a que Schuch (2004, p. 2) chama de “jogo”, evitando o seu rompimento por motivo de traição. No entanto, percebe-se que esta cooperação entre fonte e jornalista não é resultado de “boas intenções”, mas da única forma de os agentes atenderem aos seus interesses.

Para explicar melhor este ponto, o investigador enumera algumas das regras que podem existir para a fonte: 1) não mentir; 2) manter a exclusividade das informações. Para o jornalista: 1) manter o anonimato da fonte; 2) divulgar as informações, mantendo-se fiel ao fornecido pela fonte. Schuch (2004) considera, no entanto, que estas regras possibilitam diferentes ganhos para a fonte e para o jornalista.

“Para a fonte: expressão pública dos seus interesses via jornalismo, assegurando o seu anonimato; para o jornalista: obtenção de informação exclusiva de alto valor jornalístico. Esta é a possibilidade real desses ganhos determinarem a aceitação deste tipo de interacção” (Schuch, 2004, p. 4).

Porém, convém lembrar que algumas situações podem romper o acordo entre os dois agentes. Por exemplo, a fonte pode ter algum incentivo para mentir (o que seria uma estratégia), o que trará prejuízos ao jornalista e ao seu veículo, quando estas informações forem publicadas. Em outra situação, as informações não são falsas, mas podem ser imprecisas. Nesta situação, caso o jornalista desconfie da imprecisão das informações, será obrigado a investigar com maior profundidade, fazendo-o gastar tempo, um recurso extremamente importante no jornalismo.

Em outra situação, a fonte pode ter algum estímulo para procurar utilizar, simultaneamente, outro jornalista e veículo. Por seu turno, o jornalista pode não ser fiel às informações recebidas, acoplando e combinando com outras, do seu interesse, como se fossem da fonte, aproveitando-se, assim, do seu anonimato. Schuch afiança que, para satisfazer ambas as partes, as informações que interessam ao jornalista devem também incluir o interesse da fonte e inversamente, e declara:

“A coincidência de interesses está na igualdade entre valor jornalístico e interesses. Isto é, o que é notícia, ou o que tem valor jornalístico para o jornalista deve ser capaz de expressar, ao mesmo tempo, os interesses da fonte. Esta é a situação ideal deste jogo. Ninguém perde e há uma divisão equiparada do valor gerado pela participação de cada um” (Schuch, 2004, p. 6).

Analisando tudo isto, percebe-se que há uma diferença entre os interesses de uma fonte implicada num fornecimento de informações em *off* e outra convencional. A primeira, toma-se iniciativa porque possui informações privilegiadas, originadas em factos, como quaisquer outras informações de valor jornalístico, mas conhecidas apenas pelo agente ou por um grupo do qual faz parte. O seu objectivo é divulgar integralmente o que é do seu interesse, ao contrário do que ocorre com a fonte convencional.

Schuch (2004) considera que um acordo para o fornecimento de informação em *off*, entre fonte e jornalista, é realizado quando os dois percebem uma oportunidade para atendimento dos seus interesses, o que significa ganhos mútuos, mas maiores do que aqueles que poderiam ser conseguidos individualmente.

“A intenção e mesmo a concretização de um acordo, ou jogo cooperativo, indica possibilidade maior de ganhos, se tomadas como referência os possíveis desempenhos individuais dos agentes” (Schuch, 2004, p. 8).

Percebe-se, então, que esta questão está ligada à racionalidade dos indivíduos. Assim nasce esta interacção, em que a fonte concorda em fornecer informações porque obterá a sua difusão. A relação fonte-jornalista, convencional ou não, é a base do ramo jornalístico, porque é a maneira predominante de produção de informação. Esta predominância, no entanto, indica dependência dos jornalistas pelas fontes.

“É o princípio de cooperação que coordena os movimentos dos dois agentes, mas isto não impede que possa haver acções reais de confronto, ou competição interna. A cooperação é apenas uma necessidade destes jogadores, não um acordo impossível de ser quebrado” (Schuch, 2004, p. 12).

Os autores identificam, também, a propósito, diversas técnicas que as fontes usam para fazer passar a sua mensagem, tais como “fornecer informações parciais pelo uso de citações citáveis”; “utilizar a redundância para limitar a discussão pública sobre um determinado assunto”; “editar *press releases* com os factos principais e citações apresentadas como factuais”; ou ainda “produzir vídeos para jornalistas de televisão e

gravações para os de rádio, de forma a condicionar a elaboração das notícias” (Ericson *et al.* 1989, pp. 383 e 384).

Notamos, pois, que existe aqui uma estratégia com duas vertentes na gestão da informação pelas fontes: investe-se quer nas relações informais baseadas na confiança entre as partes, quer nas relações formais assentes na censura. O grande objectivo das relações públicas, aqui, é aparentar que se esforça por colocar a descoberto factos quando, no entanto, ao publicá-los, está a encobrir informação. Ericson *et al.* Explicam que, “quanto mais transparente é uma organização, maior é o controlo que exerce sobre a sua própria informação” (1989, p. 384).

No entanto, os autores sustentam que a própria comunicação social também contribui para a ocultação da informação sobre as organizações. Segundo os autores, na sua actividade, os jornalistas estão condicionados pela organização social e cultura dos *media*, o que acaba por limitar, substancialmente, os seus critérios de significado e formas de conhecimento. Ericson *et al.* (1989, pp 384 e 385) explicam:

“Acresce que os jornalistas raramente têm conhecimentos especializados sobre as matérias que noticiam e, por vezes, não têm tempo para digerir toda a informação oficial e para procurar fontes alternativas. É frequente, de resto, os jornalistas recorrerem a colegas para obter a informação de que necessitam ou construírem as suas notícias tendo como fontes primárias os noticiários já difundidos”.

Não é, então, por isso de estranhar que o jornalista se limite a “alguns factos, citações citáveis e ficções correlacionadas” para representar o que, segundo o seu entendimento, será o centro da questão. Contudo, para as fontes, estas limitações dos jornalistas na sua actividade noticiosa afiguram-se como uma importante vantagem. Resumindo: segredo, confidência, censura e publicitação são cruciais para o controlo do quotidiano da organização (Ericson *et al.* 1989, p. 385).

Para além disso, os autores tiveram ainda a preocupação de referir que outro que se pode revelar bastante vantajoso, apesar de tudo o que foi dito até agora, é a publicitação.

Isto porque, segundo eles, através deste meio, as organizações obtêm reconhecimento público e assim geram mais negócios.

“A publicidade não é toda má. Existe sempre a crença de que algum bem provirá de se apontar o que está mal, errado, faltoso ou a precisar de correcção. Existem muitos usos instrumentais específicos da publicidade na mobilização da opinião pública e na utilização da pressão pública para conseguir controlo sobre os outros” (Ericson *et al.*, 1989, p. 388).

Entretanto, os pesquisadores ressaltam que, para as grandes empresas, a publicitação tem uma escassa serventia, porque, as organizações com alguma dimensão procuram limitar o conhecimento público, sobre elas próprias à publicidade. Ou seja, se conseguem dar origem a notícias que funcionam como publicidade ou reforçam, nos mesmos meios, a publicidade paga, as empresas cedem, na maior parte das vezes, às vontades dos jornalistas (1989, p. 390).

Por outro lado, Ericson *et al.* referem, por exemplo, situações de greve, alegações de falta de condições de trabalho, acusações de poluição ambiental, entre outras situações potencialmente estigmatizantes em que as empresas tentam, a todo o custo, evitar ou reduzir a cobertura noticiosa resolvendo essas questões em privado, de modo a nunca chegar ao conhecimento público

As premissas identificadas por Ericson *et al.* vão dar à já falada questão da relação entre fontes e jornalistas, cujo consenso revela, na opinião dos autores, contornos de alguma complexidade e ambiguidade. Isto acontece pois, tal como as fontes, também os meios de comunicação têm interesses específicos que determinam a sua visão da realidade.

“Entre a multiplicidade de interesses encontram-se as próprias organizações noticiosas, que competem umas com as outras, assim como com as organizações das fontes, para divulgar as suas versões preferidas da realidade. Tal como as fontes têm interesses políticos específicos em certos assuntos particulares, também as organizações noticiosas os têm” (Ericson *et al.*, 1989, p. 392).

Não obstante, os autores sublinham ainda o facto de que os jornalistas exercem uma influência de *gatekeeper*⁹ sobre a posição das fontes na hierarquia da credibilidade, sem que, no entanto, sejam determinantes para a posição das fontes na estrutura de informação. Aliás, normalmente os jornalistas têm que lidar com fontes cuja posição já foi determinada pelas suas organizações ou instituições. É, pois, segundo Ericson *et al.*, através de formatos noticiosos específicos, que a estrutura da informação molda, organiza e actua (1989, p. 396).

Continuando ainda a seguir a lógica dos autores, os mesmos afirmam que as fontes abordam as organizações noticiosas de forma muito pragmática. Interessa-lhes mais se as notícias têm poder de influência e utilidade do que se revelam isenção, pertinência e equilíbrio. Ou seja, importa-lhes, sobretudo, “saber se os meios de comunicação são geralmente simpáticos para a fonte, se têm particular interesse por um tema e procuram aprofundá-lo, se mobilizam a opinião pública e se têm influência junto dos grupos de pressão” (Ericson *et al.*, 1989, p. 393).

Debruçando-se também sobre a relação entre fonte e jornalista, a investigadora norte-americana Gaye Tuchman (1978) ao analisar a questão, faz desde logo, uma importante distinção entre as duas partes. Para a autora, o jornalista desenvolve a sua actividade quase em parceria com os outros colegas de redacção, aos quais coloca questões, solicita opiniões e apresenta propostas. Pelo contrário, a fonte actua autonomamente, uma vez que está rodeada por profissionais de outras áreas dentro da organização ou instituição.

⁹ Os estudos sobre os *gatekeepers* ("guardiões do portão") analisam o comportamento dos profissionais da comunicação, de forma a investigar que critérios são utilizados para se divulgar ou não uma notícia. Isso porque estes profissionais actuam como guardiões que permitem ou não que a informação "passe pelo portão", ou melhor, que seja veiculada nos media. A decisão de publicar algo ou não publicar depende principalmente dos acertos e pareceres entre os profissionais, que estão subordinados a uma cultura de trabalho ou uma política empresarial, bem como aos critérios de noticiabilidade.

Neste contexto, existem, dentro das redacções, duas posições conflituantes: a das organizações noticiosas ao estabelecerem estratégias e objectivos editoriais; e a dos jornalistas, ao pretenderem agir com total autonomia. A investigadora afirma, neste caso, que há, portanto, uma “moldura ideológica” a enquadrar a actividade do jornalista. Tuchman aclara que, essa moldura, aliada à consciência e sentimento de pertença a um grupo profissional faz da produção noticiosa uma construção social da realidade. No seu livro intitulado “*Making News - A study in the construction of reality*”, para além desta premissa, pode ler-se, também:

“as notícias não reflectem a sociedade. Elas ajudam a construir um fenómeno social partilhado, dado que, no processo de descrever um acontecimento, as notícias definem e dão forma ao mesmo” (1978, p. 184).

Esta visão de Tuchman é ainda partilhada por Nelson Traquina, autor que defende que:

“as notícias registam: as formas literárias e as narrativas utilizadas pelos jornalistas para organizar o acontecimento e, ainda, os constrangimentos organizacionais que condicionam o processo de produção das notícias” (1993, p. 176).

Assim sendo, os acontecimentos que as fontes pretendem promover são reconstruídos pelo jornalista no exercício da sua actividade noticiosa. Regressando a Gaye Tuchman, verificamos que, segundo a autora, a notícia:

“não só define e redefine, constitui e reconstitui os significados sociais, como também define e redefine, constitui e reconstitui os modos de fazer as coisas – processos existentes em instituições existentes” (1978, p. 196).

A propósito destas afirmações, Nelson Traquina (1993) afirma, por seu turno, que as notícias são “o resultado de um processo de produção, definido como percepção, selecção e transformação de uma matéria-prima (os acontecimentos) num produto (as notícias)”. Na opinião do jornalista, os acontecimentos constituem um imenso universo de matéria-prima; e a estratificação deste recurso consiste na selecção do que irá ser

tratado, ou seja, na escolha do que se julga ser matéria-prima digna de adquirir existência pública de notícia¹⁰.

“A questão central no campo jornalístico é mesmo esta: o que é a notícia? Ou seja, quais os critérios e os factores que determinam a noticiabilidade (*newsworthiness*) dos acontecimentos” (1993, p. 169 e 170).

Por sua vez, em todo o processo de explicação das notícias, Gaye Tuchman (1978, *cit.in* Traquina 1993) coloca a tónica na fonte, considerando-a o ponto de origem. Ou seja, de acordo com a autora, “há uma determinação mútua entre o facto e a fonte”. Tuchman defende que o jornalista deve questionar os factos dirigindo-se directamente à fonte. E saliente-se que, neste contexto, a palavra fonte conota-se com o próprio ponto de origem da informação. De resto, a autora concorda com as conclusões de Ericson *et al.* (1989, p. 395), quando estes afirmam que as organizações jornalísticas estão muito dependentes das fontes legitimadas.

3.5 A Questão das Fontes nos Códigos Deontológicos dos Jornalistas

As múltiplas questões suscitadas pela relação entre jornalistas e fontes de informação fazem parte das mais recorrentes preocupações desta classe profissional. Por esse facto, não admira, portanto, que sejam referidas com frequência nos Códigos Deontológicos dos jornalistas. Ao lermos códigos de diversas latitudes constatamos que essas referências são muito desiguais, quer seja no pormenor com que aprofundam (ou não) o assunto, como no maior ou menor enfoque dado a determinados aspectos particulares, revelando diversas sensibilidades, tradições particulares e até enquadramentos legais específicos.

Joaquim Fidalgo (2000, p. 321) sobre esta temática, afirma que o comprometimento do jornalista com um conjunto de deveres éticos é, também, ou sobretudo, a garantia dada ao público de que quer servi-lo com verdade, rigor, transparência, isenção, justiça, e

¹⁰ Noticiável, ou *newsworthy*

respeito pelos seus direitos fundamentais. Neste sentido, os princípios deontológicos não só dão protecção ao jornalista quando ele necessita, como protegem o público para quem o jornalista trabalha e que é a sua razão de ser. Posto isto, tentaremos, então, perceber um pouco melhor de que modo as fontes e o relacionamento com elas estão, ou não, presentes nos códigos deontológicos dos jornalistas da generalidade dos países europeus.

Os códigos deontológicos tendo naturalmente algum substrato comum, são, porém, muito diversos no fundo e na forma. A diversidade começa, aliás, nos próprios nomes que adoptam. O “Código Deontológico”, como nós o chamamos, é mesmo uma designação minoritária no contexto europeu, tendo em conta que a maioria das designações são: “Código de Ética” ou “Princípios de Ética”, “Código de Conduta”, ou “Código de Princípios Jornalísticos”. Há ainda quem opte simplesmente por “Código dos Jornalistas” ou por “Carta de deveres Profissionais”. Interessa-nos aqui ver, por exemplo, o código Espanhol, que consagra determinados direitos aos jornalistas, mas que lhes atribui também certos deveres.

“O direito de observar o segredo profissional é um direito do jornalista, mas é também uma obrigação que garante a confidencialidade das fontes de informação a permanecerem anónimas, se tal for solicitado”.

Um outro aspecto que nos interessa é o do acesso às fontes oficiais de informação, que diversos códigos consagram como um direito dos jornalistas e pressuposto fundamental para garantir aos cidadãos o seu direito à informação. No entanto, mesmo esse direito pode ser apresentado em evidente correlação com um dever, quando os códigos éticos e deontológicos se confinam às obrigações profissionais dos jornalistas, tal como é o caso do código português. Veja-se, portanto, o seu ponto 3 que diz que “o jornalista deve lutar contra as restrições no acesso às fontes de informação e as tentativas de limitar a liberdade de expressão e o direito de informar”. Mais uma vez, o pressuposto é de que estas garantias de acesso às fontes de informação, bem como de liberdade de expressão, estarão adequadamente previstas nas leis gerais do país, pois procuram servir a

generalidade dos cidadãos, e não propriamente conceder privilégios à actividade profissionais dos jornalistas.

Na opinião de Fidalgo, por outro lado, se um código deontológico é também uma espécie de compromisso público com a sociedade que se pretende servir, o adequado é que, nesse texto, o jornalista se comprometa a actuar de determinados modos, e não que o jornalista reclame de outros que actuem de determinados modos (2000, p. 110).

Pigeat (1997, *cit. in* Fidalgo, 2000, pp. 112 e 113), por seu turno, sublinha que embora possamos admitir que a deontologia jornalística é, em grande parte, “uma deontologia das fontes”, ou até mesmo que “a informação é fundamentalmente uma questão de fontes”. Deparamo-nos aqui com o pressuposto de que é nelas que começa quase sempre o processo informativo e que é delas que depende a credibilidade da informação.

Fidalgo salienta, no entanto, que esta questão não merece um tratamento privilegiado em muitos dos códigos deontológicos de jornalistas nos países europeus, visto alguns deles nem se referirem a este aspecto específico, embora, de modo implícito, ele possa, de algum modo, estar presente.

“É o caso dos códigos mais concisos e concentrados, espécie de decálogos com os grandes mandamentos éticos e linhas muito gerais de conduta profissional. Outros nada mais consignam do que o dever do jornalista de assegurar a confidencialidade das suas fontes – esta, sim, uma referência mais repetida do que quaisquer outras na generalidade das cartilhas” (Fidalgo, 2000, p. 324).

Não obstante, há também, no prato oposto da balança alguns códigos que dedicam todo um capítulo à questão das fontes e com razoável pormenorização. São exemplo, os casos da Eslováquia, da Letónia, da Itália e da Noruega. O “Código de Ética do Sindicato dos Jornalistas da Eslováquia”, por exemplo, tem um dos seus seis capítulos dedicado a esta questão, começando por consignar o “irrecusável direito de acesso” do jornalista “a todas as fontes de informação”, não esquecendo, contudo, a sua obrigação

de garantir confidencialidade. No entanto, a maior preocupação está no modo como o jornalista se relaciona com as pessoas junto de quem vai recolher elementos para o seu trabalho.

“Ele não deve usar pressão quando o faz, deve deixar claras junto da fonte as suas intenções face à informação que está a recolher, e não deve dar usos indevidos a essa informação”.

Esta é, uma preocupação semelhante à que consta do “Código de Ética” da Letónia, nomeadamente quando diz que o jornalista nunca deve “abusar das emoções e sentimentos” de outras pessoas nem da sua “ignorância”, ou quando sugere que ele tenha uma particular consideração por pessoas que “poderão não ter suficiente noção” do alcance das informações que fornecem ou das afirmações que fazem.

Já a “Carta de deveres dos Jornalistas” de Itália, consagra o “respeito pelo segredo profissional”, sendo este considerado uma obrigação do jornalista, sempre que tal seja solicitado pelas fontes. Fidalgo (2000, p. 324) refere que o código italiano revela, neste mesmo capítulo, uma especial preocupação por tudo o que tem a ver com “o princípio da maior transparência das fontes de informação”, não esquecendo até a obrigação de o jornalista citar, adequadamente, a origem quando usa material proveniente de agências noticiosas.

“Este respeito escrupuloso do jornalista por um conjunto de regras de conduta alarga-se também à necessidade de verificar sempre a informação obtida de fontes e à obrigação de controlar a exacta origem do material informativo que usa” (Fidalgo, 2000, p. 325).

Amplamente preocupado com estas matérias está, também, o “Código de Ética da Imprensa Norueguesa” que se dedica, por inteiro, às relações dos jornalistas com as fontes, um dos seus quatro capítulos. Não obstante, o código em questão, apresenta ainda, formulações que vão um pouco mais além do mero recordar de deveres básicos. Este código defende que pode ser necessário proteger as fontes debaixo do segredo

profissional, mas não deixa de acentuar, pela positiva, que “a credibilidade da imprensa é reforçada pelo uso de fontes identificáveis”. O código insiste, igualmente, no imperativo de protecção das fontes de informação, considerando-a “um princípio básico numa sociedade livre”, não esquecendo, contudo, que o jornalista deve “ser crítico na escolha das fontes” e “assegurar-se de que a informação é correcta”.

Posicionando o seu pensamento neste tema, Fidalgo afirma que citar as fontes é igualmente citar as agências noticiosas, tantas vezes deixadas no anonimato, ou as informações “picadas” de outros órgãos de informação.

“Desrespeitar direitos de autor, plagiar trabalho alheio, atribuir vagamente a origem da informação só para não ter de citar o nome de um jornal concorrente, são algumas das infracções mais frequentes a este dever ético” (Fidalgo, 2000, p. 324)

De acordo com aquilo que o autor constatou, na observação de 32 códigos de diversos países, o dever do jornalista em ser independente e autónomo face às suas fontes de informação, de modo a não se deixar pressionar por elas e a não permitir que o produto final do seu trabalho seja afectado por razões alheias aos critérios jornalísticos, aparece referenciado em dezassete desses códigos.

Segundo Fidalgo, independentemente da maior ou menor quantidade de menções, podemos definir cinco grandes questões no modo como os códigos europeus, por ele estudados, abordam a temática das fontes de informação (2000, p. 326):

1. A questão da responsabilidade do jornalista, que é apresentada, neste domínio dos códigos deontológicos, numa dupla faceta. Por um lado, o jornalista não pode nem deve sentir-se desresponsabilizado pelo facto de atribuir certas afirmações a fontes, mesmo quando claramente identificadas (a responsabilidade para com os leitores é sempre do jornalista, que difunde a informação, e este não pode enjeitá-la nem, enquanto verdadeiro mediador do processo informativo, “sacralizar as fontes” e “lavar as suas mãos” de tudo o resto). Por outro lado, o

jornalista não pode também contribuir para desresponsabilizar as fontes a que recorre (de onde a importância da sua identificação sistemática, que credibiliza a informação, como também o enorme risco do recurso a fontes desconhecidas ou anónimas, desresponsabilizadas por natureza);

2. A questão da autonomia do jornalista. A autonomia é um dos pressupostos básicos para que o jornalista possa fazer o seu trabalho com independência e para que, no contacto com as fontes, nem objectiva nem subjectivamente seja de algum modo vítima de pressões. Autonomia significa, por exemplo, independência económica (não precisar das fontes para qualquer benefício pessoal); distanciamento crítico (não se envolver emocionalmente com as fontes que contacta); integridade e solidez pessoal (conhecer e estudar os assuntos que aborda de modo a não ser manipulado);
3. A questão da transparência do jornalista. Também a questão da transparência na relação entre jornalistas e fontes se coloca em vários planos: o princípio de identificação de todas as fontes como uma regra geral; a recusa do plágio ou do aproveitamento abusivo de informações fornecidas por fontes a alguém que não o próprio jornalista; o princípio de não dissimulação da identidade do próprio jornalista no contacto com as fontes; a recusa de quaisquer outros métodos ilegais, desonestos ou incorrectos para obter informação, e por último, o princípio de negociação com as fontes, quando tal se revele imprescindível, em moldes transparentes, adequados e dignos para ambas as partes.
4. A questão do respeito do jornalista para com as fontes e da correcção no tratamento com elas. Este é um domínio especialmente sensível e que, além de chamar a atenção para elementares princípios de bom relacionamento humano e de boa educação no processo de recolha de informações, recorda ao jornalista que as fontes também têm os seus direitos, muito em particular o inalienável direito à sua própria dignidade. Neste ponto, os códigos deontológicos chamam a atenção para certos deveres dos jornalistas, como por exemplo: não se aproveitarem de situações de fragilidade emocional para obter informações ou

opiniões de certas pessoas; não abusar da boa-fé das pessoas contactadas nem do seu desconhecimento sobre o destino das informações que lhe são pedidas, bem como respeitar o direito das pessoas a não darem informações ou a não prestarem declarações; rigor na transcrição das declarações recolhidas, sem esquecer a devida atenção aos contextos em que foram proferidas; respeito pelos compromissos assumidos com as fontes (o *off the record*), e por fim, a não divulgação a terceiros das informações recolhidas junto das fontes, nem a sua utilização para fins diversos dos do trabalho jornalístico.

5. A questão da protecção das fontes (sigilo). Este é o assunto mais frequentemente referido pela generalidade dos códigos de ética – o do dever de assegurar a confidencialidade das fontes de informação, que pode ser lido também como o direito do jornalista ao segredo profissional. Alguns códigos (a maioria, pelo menos entre os europeus) estabelecem que o jornalista deve assegurar a confidencialidade das suas fontes sempre que estas lho reclamem. Já outros códigos defendem que o jornalista deve assegurar a confidencialidade das fontes mas, admitem, haver, excepções a esse princípio. Contudo, interessa referir que essas excepções não são todas da mesma natureza nem do mesmo âmbito, permitindo, por isso, uma maior ou menor latitude de interpretação. Por outro lado, aquilo que o código deontológico dá ao jornalista, por vezes o edifício jurídico do país retira, ou seja. Por exemplo, se o jornalista tem o dever e o direito de observar o sigilo, mas a lei penal do país o obriga a revelar as suas fontes em juízo, há uma ameaça efectiva a este princípio básico.

Posto tudo isto, Joaquim Fidalgo (2000) sublinha que o jornalista não é um mero “correio” entre uma fonte que lhe fornece determinados dados e um público a quem ele a transmite. O autor explica:

“Ainda que se é verdadeiramente o responsável pela informação que difunde, o jornalista é também responsável pela escolha das fontes a que recorre, pela confirmação dos dados junto de fontes diversas, pela análise da veracidade e

fiabilidade da informação, pela ponderação de eventuais interesses em jogo, pela prudência face a hipotéticas manipulações” (Fidalgo, 2000, p. 329)

Para o pesquisador, o jornalista é, também, responsável pelos riscos que decide correr ao “ficar nas mãos” de uma só fonte, ao dar crédito a alguém que eventualmente pouco conhece e ao tomar como boa, uma informação que não é possível confirmar factual ou documentalmente. E o autor continua:

“Se decide, apesar de tudo, confiar e publicar, então deve estar preparado para assumir todas as consequências – e nunca transferi-las para os ombros de terceiros (as fontes). Muito menos, penalizar uma fonte – e a penalização pode ser muito grave, pois uma fonte confidencial exposta na praça pública ou denunciada ao tribunal arrisca-se a sofrer danos importantes – pelo facto de ela, alegadamente, o ter enganado. Porém, ser enganado é um risco que o jornalista corre, mas com o qual tem de saber conviver – e, sobretudo, contra o qual tem de saber prevenir-se”. (Fidalgo, 2000, p. 333)

3.6 Distribuição Desigual no Acesso aos Jornalistas e às Fontes de Informação

As fontes de informação, os jornalistas e o público coexistem no interior de um sistema que, por sua vez, se encontra inserido num grande universo social. Por este facto, Traquina (1993) vai ao encontro das posições defendidas por Gans (1979), quando, por exemplo, constata a existência de um acesso socialmente estratificado aos órgãos de informação. Parafraseando Traquina,

“uma das consequências da dependência sobre os canais de rotina é que nem todas as fontes são iguais na sua capacidade de ter acesso aos meios de Comunicação Social, ou seja, o acesso aos media é um bem estratificado socialmente” (1993).

Sendo actores sociais com papéis relevantes na produção das notícias, as fontes de informação não têm todas o mesmo tipo de acesso aos jornalistas e aos meios noticiosos, tal como se pode verificar, por exemplo, na distinção entre fontes oficiais e não-oficiais. Neste caso, mais poder é sinónimo de maior credibilidade e autoridade,

logo, de uma maior facilidade de acesso e publicação dos acontecimentos, enquanto um estatuto social menos importante e não tão reconhecido obriga a uma luta das fontes pela divulgação dos acontecimentos que pretendem tornar mediáticos. No entanto, importa ressaltar que a hierarquização no acesso não é apenas unidireccional, pois instala-se também no processo de selecção dos jornalistas e dos meios de comunicação por parte das fontes de informação. Em conformidade, existe uma desigualdade bipolarizada no acesso.

“As fontes não são todas iguais e igualmente relevantes, assim como o acesso a elas. Do mesmo modo, o acesso aos jornalistas não está uniformemente distribuindo” (Santos, 1997, p. 33).

Por outro lado, o que acontece é que a generalidade dos “actores sociais” não tem, habitualmente, as portas dos órgãos de comunicação social abertas, então vêm-se obrigados a forçar a entrada no espectro mediático através de acções “inusitadas e estrondosas”. Ribeiro explica:

“As fontes profissionais permitem aos indivíduos ou entidades potencialmente menos mediáticos a entrada na Comunicação Social, algo que teriam mais dificuldade de conseguir de forma autónoma” (2009, p. 44).

De acordo com Ericson *et al.* (1989, p. 4 e 5), as fontes de informação podem conseguir acesso ou cobertura junto das organizações noticiosas e, se as suas ideias chegarem a obter acesso, podem ter grande destaque nos textos jornalísticos. Caso acedam apenas sob a forma de cobertura, as fontes vêm somente representados superficialmente os seus contributos ou ocorrências.

Percebemos, assim, que as diferenças no acesso além da natureza da fonte, dependem também do próprio meio de comunicação e do tipo de assuntos que a fonte pretende divulgar. Fontes e jornalistas procuram-se mutuamente, ambos com determinados objectivos e motivações.

Segundo Manuel Pinto (2000, p. 280), as fontes de informação “procuram todos ou, pelo menos, alguns dos seguintes objectivos:

- Visibilidade e atenção dos *media*;
- Marcação da agenda pública e imposição de certos temas como foco da atenção colectiva;
- Prevenção ou reparação de prejuízos maléficos;
- Neutralização de interesses de concorrentes ou adversários;
- Criação de uma imagem pública positiva.

Por outro lado, quanto aos jornalistas, o mesmo autor refere que, “quando recorrem às fontes, estes esperam:

- Obter informações inéditas;
- Contrastar informações na procura de alguma confirmação ou desmentido, relativamente a dados de outras fontes;
- Esclarecer dúvidas que sejam relativas a assuntos que estejam a tratar;
- Conseguir lançar ideias e debates;

- Ver caracterizadas como credíveis e legítimas as informações que recolhe directamente”.

Visto as fontes de informação não revelarem interesse em todos os jornalistas, estas estabelecem distinções entre eles. Têm em consideração o estatuto das organizações noticiosas e dos jornalistas, ou seja, o valor que possuem e que depende da organização noticiosa a que pertencem, da localização geográfica, da área de especialização, do tempo de permanência e, ainda, do posicionamento hierárquico na profissão. Assim, pode dizer-se que as fontes de informação escolhem selectivamente os jornalistas, pelo que, as que o podem fazer, oferecem dados aos jornalistas dos meios de comunicação mais importantes, não se verificando o mesmo perante organizações noticiosas com menor relevância (Hess, *cit. in* Santos 2006, p. 92).

Por sua vez, as fontes de informação são valorizadas pelo jornalista caso respondam às suas solicitações de forma rápida, eficaz e responsável. Fornecer informações adequadas, facilitar o acesso dos jornalistas a fontes autorizadas e responder de forma a respeitar a liberdade de imprensa e de independência do jornalista, são atitudes que, sendo uma realidade, permitem às fontes ganhar a sua confiança e, por isso, serem aceites.

O gosto pelo jogo revela outro dos aspectos que os jornalistas mais apreciam nas fontes, nomeadamente ao nível da capacidade destas em distinguir os meios noticiosos e as diferentes necessidades informativas dos mesmos, bem como o valor do exclusivo ou das fugas de informação. A propósito, Sousa (2001) refere que os jornalistas tendem a escolher as fontes “em função da sua conveniência, aferida, não só em termos de fiabilidade e respeitabilidade, mas também em termos de capacidade de produção de informação”.

É facilmente perceptível que, quando se trata de fontes oficiais, os jornalistas têm interesse na cobertura dos assuntos ou declarações, actuando por isso, com uma certa insistência. O êxito desse tipo de fontes no acesso aos jornalistas e meios de comunicação está directamente relacionado com o desempenho dos seus recursos

financeiros, institucionais e culturais que, por sua vez, lhes conferem credibilidade, autonomia e voz autorizada, tal como referem Schlesinger e Tumber (*cit. in* Santos, 2006, p. 85). O acesso regular destes agentes sociais aos meios noticiosos não só prognostica como também assegura o seu poder. Segundo Gans (1979), existem vários factores que influenciam a “dominância de determinadas fontes sobre as outras, como o poder das fontes, a sua credibilidade e a sua proximidade face aos jornalistas”.

As diferenças de acesso transversais aos vários tipos de fontes levam a atitudes também elas díspares, nomeadamente, quando se trata de formatar e aceder à agenda dos meios. As fontes de informação oficiais desenvolvem acções¹¹ que passam pela criação de acontecimentos, comunicados, conferências de imprensa, entre outras, divulgando sempre informações positivas em nome individual ou a favor da organização a que pertencem, comportamento que visa promover novos enquadramentos para as ocorrências ou acontecimentos, bem como actualizar outros.

“Se uma fonte não oficial realiza um acontecimento, segundo as normas usadas pelas fontes poderosas e oficiais, tem poucas probabilidades de êxito junto dos meios de comunicação” (Santos, 2000, p. 90).

Por outro lado, as fontes não oficiais têm que se esforçar de modo a conseguir uma cobertura noticiosa dos seus actos. Com preocupações acrescidas nessa matéria, estes actores aproveitam-se, frequentemente das fugas de informação¹² bem como deslizos e contradições entre fontes oficiais concorrentes. Por vezes, a vedetização de uma personalidade da organização pode contribuir para lhe dar uma maior visibilidade, conduzindo-a, assim, aos jornalistas.

Com uma cobertura muitas vezes insuficiente e com acesso não garantido ao campo de notícia, estes agentes sociais operam uma pressão contínua sob a comunicação social, na tentativa de contornar essa realidade. Ora vejamos:

¹¹ Denominadas pelos estudiosos do jornalismo como rotinas produtivas.

¹² Processo que permite a divulgação mediática de uma notícia contendo dados informativos que eram sigilosos.

“A concentração numa personalidade, a sua maior visibilidade ou vedetização, traduz, quer um acesso mais fácil aos jornalistas, quer uma maior identificação junto das audiências, pois, numa notícia, parece reduzir-se uma organização o movimento à personalidade do seu líder ou porta-voz, o que diz mais respeito ao acontecimento que a uma problemática, ao conflito mais que à busca do consenso, ao facto que está na origem da história mas não a explica” (Santos, 2006, p. 88 e 89).

A fonte promotora – neste caso, não oficial – consegue o seu objectivo, ou seja, obter um maior reconhecimento bem como uma certa manutenção no agendamento, ou um agendamento contínuo, das suas actividades e ideias.

“A fonte procura aceder aos meios jornalísticos através de táticas destinadas a garantir a sua notoriedade e reconhecimento perante os jornalistas, como a continuidade nos contactos e o desenvolvimento de rotinas produtivas” (Santos, *cit. in* Sousa, 2001).

Pelas acções que desenvolvem para conseguirem a atenção dos meios noticiosos e na manutenção desse acesso, as fontes adoptam comportamentos diversificados. Estas pretendem que os contactos sejam contínuos e permanentes para que a sua eficácia esteja garantida. “O contacto regular permite o estabelecimento de uma confiança e compreensão mútua” (Santos, 1997, p. 87). Com efeito, de acordo com Santos, a relação entre fontes e jornalistas assume diferentes níveis de actuação, podendo ser:

1. Assertiva ou proactiva, que Hess define como a “preparação de material para os órgãos de comunicação social e o apoio de acontecimentos” (*cit. in* Santos, 1997, p. 87);
2. Reactiva, ou seja, consiste na tarefa de responder aos jornalistas;
3. Um último nível de actuação identificado refere-se à organização interna, isto é, às actividades administrativas da própria organização.

Importa aqui perceber que as fontes desenvolvem estratégias para comunicar com os jornalistas. Quando estas adoptam um comportamento reactivo, a sua real intenção é “antecipar dados, preparar elementos que despertem a atenção dos jornalistas, criar impacto e salientar diferenças face a outras instituições” (Santos, 1997, p. 111). Deste modo, preocupam-se em ter sempre matéria para fornecer aos jornalistas, pelo que os seus objectivos passam por criar constantemente informação nova e mantê-la a circular nos meios noticiosos.

Contudo, para que tais tarefas sejam eficazes, estes agentes noticiosos fornecedores de informação recorrem frequentemente a técnicas como a persuasão, procurando criar constantemente informação nova e mantê-la a circular nos meios noticiosos.

“As fontes de informação preparam as peças de acordo com uma estratégia de conquista do mundo. Retórica e uso dos meios argumentativos, a que se alia a busca da imagem de referência e do consenso, do progresso e do desenvolvimento, conjugadas com um esforço de repetição, procuram produzir um jogo de sedução” (Santos, 1997, p.111).

Normalmente a fonte procura divulgar todos os acontecimentos a ela favoráveis, ou seja, apenas pretende tornar públicos os seus “dias luminosos”, conforme Santos designou. Assim, a fonte chama a atenção dos jornalistas em ocasiões de festa ou de actividades positivas, com impacto que se espera também ele positivo sobre os meios e as audiências.

Por outro lado, em dias “cinzentos” – em que as informações não são favoráveis à boa imagem da organização ou instituição – as fontes desenvolvem um comportamento reactivo com estratégias específicas que aplicam nos casos de crise ou acidente. É frequente, nestas situações, as fontes informativas optarem pelo silêncio ou por uma divulgação parcial da informação. Assiste-se a uma tentativa de controlo da notícia em termos do que deve ser revelado e do que deve permanecer em segredo.

“As preocupações reactivas, de defesa e minimização dos efeitos, podem dar origem a atitudes de ataque, proactivas, aproveitando aspectos positivos subavaliados e deixando de dar relevo aos dados mais escandalosos ou de desprestígio para a organização” (Santos, 1997, p. 113).

3. 7 Noticiabilidade como Negociação entre Fontes e Jornalistas

Gans e Ericson *et al.* foram dois autores que enfatizaram a importância da negociação entre fontes e jornalistas durante o processo de produção noticiosa. Ericson *et al.* (1989) afirmaram mesmo que “as notícias são um processo de transacção entre os jornalistas e as suas fontes”. Ou seja, de acordo com os autores, as notícias não resultam primeiramente da realidade nem são o seu espelho fiel. Resultam, isso sim, da natureza e do tipo de relações socioculturais que se estabelecem entre fontes e jornalistas. Há, então, uma construção da realidade que emerge dessa dinâmica.

“A fonte primária da realidade para as notícias não é aquilo que é exibido ou que acontece no mundo real. A realidade das notícias está imbuída na natureza e no tipo de relações sociais e culturais que se desenvolvem entre os jornalistas e as suas fontes. E, na política das notícias, essa circunstância emerge em cada facto noticioso específico” (Ericson *et al.* 1989, p. 377)

Perante esta conclusão, os autores depararam-se com uma questão inevitável: “quem domina a relação entre jornalistas e fontes?”. Ericson *et al.* (1989) começam por dizer que muitas investigações atribuem aos *media* noticiosos uma dependência face às fontes, sendo, os jornalistas, por isso, retratados como meros “canos condutores” e “segundos definidores”.

Contudo, Ericson *et al.* entendem que, do ponto de vista das fontes, os meios de comunicação social são extremamente poderosos, possuindo elementos chave que muitas vezes lhes dão vantagem (1989, p. 377). Os autores acabam, aliás, por concluir que o controlo do processo noticioso varia de caso para caso, dependendo do contexto,

do tipo de fontes envolvidas, do tipo de órgão de comunicação social implicado e do assunto em causa.

“Trata-se de saber quem pretende controlar quem através dos relatos noticiosos, e de como todas as fontes e organizações noticiosas envolvidas se vêem como fazendo parte do processo” (Ericson *et al.*, 1989, p. 378).

Os autores ressalvam, no entanto, que há fontes mais poderosas do que outras na criação de rotinas informativas e na definição dos contornos do debate público. No entanto, por outro lado e, para contrabalançar, verifica-se uma disputa pelos jornalistas e meios de comunicação mais influentes, os quais têm ao seu dispor um conjunto de recursos poderosos que devem ser respeitados por quem queira ter uma posição de autoridade na vida pública.

Neste âmbito, Ribeiro (2009, p. 36) lembra que convém ter em consideração que o jornalista tem sempre a última palavra, podendo as organizações ser alvo das suas retaliações em caso de contestação do teor das notícias veiculadas. Ericson *et al.* explicam que, esta situação é de tal forma recorrente que, por vezes, é melhor não entrar em conflito com os *media*, sob pena de os factos negativos ganharem ainda maior amplitude pública. “Nestes casos, a fonte ganha mais com o silêncio do que com desculpas ou refutações” (1989, p. 380).

Diante deste cenário as fontes são obrigadas a cooperar com os *media*, de modo a conseguirem ganhar a confiança dos jornalistas (1989, p. 381), o que implica a articulação com interesses e valores. Habitualmente a fonte sente que pode confiar no jornalista ou no meio de comunicação quando tem a certeza de que os factos que revelar serão, qualquer que seja a natureza dos mesmos, tratados com razoabilidade nas notícias e até mesmo abordados segundo uma perspectiva favorável aos valores e interesses da sua organização.

Logo, como explicam Ericson *et al.*, quanto maior for o grau de confiança, mais pró-activa se revela a fonte na sua relação com o(s) jornalista(s) (1989, p. 382). Não

obstante, segundo os autores, a fonte pode fornecer pistas confidenciais e colocar o jornalista na procura de outras fontes, com o intuito de desacreditar os seus concorrentes e/ou influenciar a opinião pública.

“Neste jogo negocial, a fonte deve manter-se discreta e aparentar desinteresse. Ora, tal só é possível se ela tiver construído uma relação de respeito e confiança com os jornalistas. Estes precisam de sentir que a informação que a fonte lhes transmite é factual e satisfaz, assim, um interesse mútuo” (Ericson *et al.* 1989, pp. 382 e 383).

Regularmente, as fontes de informação, para terem mais sucesso no acesso aos meios noticiosos, têm em atenção os critérios de noticiabilidade dos jornalistas.

“Qualquer fonte sabe que um acontecimento por si criado tem de promover aspectos de novidade, dramatismo ou sensacionalismo capazes de encontrar eco nas organizações noticiosas” (Traquina *et al.*, 2001, p. 98).

Deste modo, qualquer que seja a natureza da fonte, os jornalistas valorizam apenas as informações às quais reconhecem noticiabilidade, recorrendo para o efeito, a determinados valores-notícia. Não obstante, os acontecimentos a inserir nas notícias são seleccionados tendo em conta a simplificação, a dramatização, a personificação, os temas, a consonância e o inesperado (Ericson *et al.* 1987).

Por seu turno, Galtung e Ruge (1993, *cit. in* Santos 2006, p. 61) destacam valores como a frequência, a amplitude ou limiar, clareza ou ausência de ambiguidade, a significação, previsibilidade ou inesperado e, ainda, a negatividade, como factores que, ao serem veiculados pelas fontes, garantem o interesse dos jornalistas num determinado assunto, elevando-o, ainda, à condição de notícia.

A noticiabilidade, é entendida como elemento que, por força de determinados valores-notícia, determina e delimita as agendas noticiosas dos meios. Mário Wolf (*cit. in* Santos, 2006) vê a noticiabilidade como um “processo de negociação entre fonte e

jornalista”. Segundo o autor, o carácter negociado da obtenção da noticiabilidade deve-se à desigualdade com que se apresentam continuamente e sistematicamente os diversos valores que são considerados em cada situação de atribuição de importância. Entretanto, o autor destaca ainda o valor individual dos acontecimentos, a partir das experiências organizativas dos meios de comunicação, e também, o facto de os valores-notícia se organizarem de forma hierárquica e em constante mutação.

Hall (1978, *cit. in* Santos, 2006) destaca ainda um conjunto de factores que levam à negociabilidade na criação/construção da notícia:

1. Incentivos - como por exemplo: *press-releases*, comunicados, conferências, inaugurações;
2. Poder da Fonte - um assessor de uma Câmara tem mais poder do que um anónimo;
3. Capacidade de Informação Credível - a informação para além de necessitar de ser rica em quantidade, tem também de ser rica em qualidade;
4. Proximidade Social e Geográfica - tem de estar de acordo com o enquadramento do meio.

Posto isto, parece-nos então, óbvio, que as fontes definem estratégias de gestão de informação, não se limitando a ocultar ou a escamotear factos negativos. Aliás, a própria censura é, para Ericson *et al.* (1989), uma componente da publicidade. Acerca deste paradoxo, os autores esclarecem dizendo que “a censura ocorre desde logo na escolha dos tópicos a divulgar”. Ou seja, as fontes sabem que os limites organizativos impostos aos jornalistas são tais, que estes tendem a utilizar material que tenha sido preparado para eles, ao invés de se dedicarem, independentemente, a outros temas. Com isto, vamos ao encontro da ideia defendida por Ericson *et al.*: “forçar um tópico é um

meio de levar os jornalistas a ignorar outros tópicos que a fonte prefere não ver publicados” (1989, pp. 382 e 383).

II. A dinâmica do uso das fontes de informação nos radiojornais nacionais – estudo de caso da *TSF*, *Renascença* e *Antena 1*

1. Metodologia

O panorama da comunicação moderna caracteriza-se pela especialização da oferta de conteúdos e pela fragmentação das audiências em função das suas idades e também dos seus interesses. A criação de rádios especializadas, por exemplo, é um aspecto que esta tendência de evolução tem vindo a acentuar. Tal como os outros meios de comunicação, também a rádio está cada vez mais integrada em organizações mais amplas, que utilizam alianças e convergências para crescerem e, conseqüentemente, se afirmarem no mercado.

Em Portugal, podemos constatar que o universo radiofónico assume características próprias, o que faz com que seja complicado catalogar de forma linear os diferentes projectos de rádio existentes. Por exemplo, quanto ao nível da cobertura, os serviços de programas podem ser de âmbito nacional, regional ou até mesmo local. Relativamente aos conteúdos, existem rádios generalistas e temáticas, bem como públicas e privadas. Neste caso concreto, não nos vamos centrar em nenhuma destas componentes específicas, a não ser no facto de termos seleccionado para o trabalho em questão, estações mais de carácter informativo no panorama nacional

Com a presente pesquisa a incidir exclusivamente nos meses de Outubro, Novembro, Dezembro e Janeiro, nomeadamente de 19 de Outubro a 18 de Novembro, de 19 de Novembro a 18 de Dezembro e, por fim, de 19 de Dezembro a 19 de Janeiro, vamos aqui apresentar um estudo comparativo de três rádios fulcrais da área radiofónica de âmbito predominantemente informativo, tendo em conta o papel das fontes de informação na respectiva produção noticiosa. Importa aqui referir que o início da data de análise às rádios não foi escolhido ao acaso. Teria todo o sentido ter-se começado logo no início do mês de Outubro, no entanto, essa data era muito próxima das Eleições Legislativas que aconteceram dia 27 de Setembro, e iríamos começar o nosso estudo antes das Eleições Autárquicas que estavam marcadas para dia 11 de Outubro, o que, inevitavelmente ia comprometer os resultados do nosso estudo. Para que não houvesse

ainda a predominância do tema das eleições, esperou-se aproximadamente uma semana (do dia 12 de Outubro até 19 de Outubro) para que fosse feito o rescaldo das eleições em questão e para os temas dos meios de comunicação social – nomeadamente aquele que aqui nos interessa, a rádio – voltassem a focar o seu tempo e a sua atenção, nos temas diários da actualidade.

Em concreto, pretende-se, com este trabalho, tipificar as fontes presentes nos noticiários diários de cada uma das estações radiofónicas seleccionadas, especialmente nas peças de cariz político e económico, bem como verificar o peso relativo de cada um dos tipos de fontes presentes, identificar os meios de transmissão de informação aos *media*, identificar os principais “actores” das notícias radiofónicas e ainda caracterizar, de certa forma, os graus de confidencialidade adoptados nesta tarefa, baseando-nos na terminologia lançada por Melvin Mencher (*on background* e *on deep background*).

TSF, Rádio Renascença e Antena 1 constituem a amostra desta análise, por se considerar serem as estações radiofónicas mais representativas da tendência informativa diária portuguesa nos últimos anos. A TSF, por exemplo, é uma rádio temática, mas cujas vinte e quatro horas de informação apresentam uma abordagem generalista, com diversidade de temas e espaço para os principais aspectos que compõem as notícias (nacional, internacional, cultura, desporto, entre outras), emissão de música e outros aspectos não directamente ligados à informação noticiosa. Numa sociedade cada vez menos apegada aos valores religiosos, a Rádio Renascença (RR) continua a liderar audiências e, apesar da Emissora Católica Portuguesa se assumir livremente como a voz da Igreja, não é apenas essa a sua missão, afirmando-se também como uma rádio generalista. Ou seja, não só funciona como meio de comunicação da Igreja, como pretende ajudar a formar uma opinião pública consciente e esclarecida, “dando os materiais e critérios necessários para formular opiniões e ao mesmo tempo dar a hipótese de criar um relacionamento com Deus”. A Antena 1 tem uma componente noticiosa que reflecte os principais aspectos da actualidade, complementada com rubricas e outros espaços informativos orientados em torno da temática que orienta o som da estação. Digamos que, por estes factores, não pode considerar-se uma “rádio temática, mas sim uma rádio especializada, com informação generalista”. Tenhamos

aqui em conta que ambas as estações são de referência no panorama nacional e são, também, das estações mais ouvidas pelo público português.

A presente investigação abrange, essencialmente, as secções denominadas por “Política” e “Economia” das três estações radiofónicas seleccionadas, incluindo, no entanto, todas as outras áreas editoriais que as rádios normalmente comportam: Internacional, Sociedade, Nacional, Desporto e Cultura. Por se tratar de estações radiofónicas, importa ter em atenção que o texto para radiojornalismo é mais curto e objectivo do que o texto jornalístico dos *media* impressos e da televisão, por isso o género jornalístico predominante é a notícia, havendo, porém, introdução esporádica de algumas reportagens. Deste modo, os restantes géneros jornalísticos como a entrevista, os artigos de opinião, as crónicas, os editoriais, entre outros, ficam, obrigatoriamente, excluídos deste estudo.

Refira-se ainda que, dentro dos dois géneros que iremos usar na investigação, apenas se analisará as chamadas *hard news*, ou seja, as notícias de maior complexidade, incidindo mais naquelas que abordam assuntos políticos, económicos, culturais e de desporto, até porque os radiojornais apresentam uma construção diferente dos jornais impressos e televisivos e, por esse facto, não são contemplados com *soft news* que, tal como o nome indica, abarcam matérias ligeiras, nomeadamente *fait-divers*¹³ e crónicas desportivas.

A nossa investigação é baseada numa amostra que resultou da selecção dos radiojornais das 19 horas, de todos os dias úteis da semana, nomeadamente, de segunda a sexta-feira, dos meses que o estudo contempla. O radiojornal das 19 horas foi estrategicamente escolhido por ser um dos radiojornais mais seguido pelos ouvintes ao longo do dia (noticiário que acompanha as pessoas no trajecto do trabalho para casa) e, por esse

¹³ É uma expressão de jargão jornalístico e, por extensão, um conceito de teoria do jornalismo que designa os assuntos não categorizáveis nos editoriais tradicionais dos veículos (política, economia, internacional, desporto, etc.). São factos desconectados de historicidade jornalística, ou seja, referem-se apenas ao seu carácter interno e ao seu interesse como facto inusitado. Em geral, remetem a temas considerados "leves" e curiosos.

facto, o mais extenso em termos de tempo sendo, também, um dos mais completos no que diz respeito à variedade de temas, bem como à sua explicação e abordagem.

Para o presente trabalho foram delimitados os seguintes objectivos de análise:

- 1) Identificar qual o tipo de fontes de informação utilizadas nas notícias;
- 2) Decifrar qual o tipo de fontes de informação dominante nas notícias;
- 3) Fazer uma análise comparativa do número de fontes usadas nas áreas específicas para este estudo, com as restantes áreas;
- 4) Identificar quais as fontes com maior protagonismo nas notícias de política e economia;
- 5) Identificar os meios a que as fontes recorrem para fazer chegar a sua informação às estações radiofónicas;
- 6) Perceber qual o grau de confidencialidade das fontes presentes nos radiojornais das três estações radiofónicas.

A pesquisa aqui realizada parte das seguintes hipóteses:

- 1) As fontes com maior acesso às notícias são as fontes denominadas de oficiais;
- 2) Apesar de serem as fontes que conseguem chegar mais facilmente aos meios de comunicação social e aos jornalistas, nem todas as fontes oficiais são detentoras do mesmo grau de acesso;
- 3) Nas áreas específicas do presente estudo (política e economia) recorre-se, com alguma frequência, às fontes anónimas;

- 4) Para atribuir maior grau de credibilidade às informações que divulgam, os jornalistas procuram usar, na maior parte das vezes, fontes para atestarem a veracidade das suas informações, tal como procuram, também, identificar as mesmas, o maior número de vezes possível.

Para sistematizar os dados da análise quantitativa feita e para facilitar a leitura dos resultados, foram elaboradas tabelas próprias para cada informação que queremos analisar. Com efeito, nas tabelas estão expostos o número de notícias de todas as áreas temáticas; o número de fontes nas notícias de todas as áreas temáticas; o número de notícias da área de política e economia; o número de fontes nas notícias da área de política e economia; o número de fontes oficiais nas notícias de todas as áreas temáticas; o número de fontes não oficiais nas notícias de todas as áreas temáticas; o número de fontes anónimas *On Background* e *On Deep Background* nas notícias de todas as áreas temáticas; o número de fontes especialistas nas notícias de todas as áreas temáticas e o número de fontes indirectas nas notícias de todas as áreas temáticas. Nas tabelas estão também descritas as percentagens relativas à distribuição total de cada tópico analisado, sendo o seu total uma comparação com o total do tópico a que é comparado. De modo a conseguirmos obter resultados mais precisos, as percentagens foram todas arredondadas a uma casa decimal.

Foram, então, para efeitos deste trabalho, analisados 23 dias no período de 19 de Outubro a 18 de Novembro, 22 dias no período de 19 de Novembro a 18 de Dezembro, e 22 dias no período de 19 de Dezembro a 19 de Janeiro. Ou seja, um total de 67 dias, o que multiplicado pelas três estações radiofónicas perfaz 201 edições. Ao todo foram estudadas 880 notícias, 384 na *TSF*, 437 na *Renascença* e 443 na *Antena 1*, sendo identificadas ao todo 1647 fontes, 550 na *TSF*, 495 na *Rádio Renascença* e 602 na *Antena 1*. Desenvolveu-se, portanto, um processo de aferição nominal e percentual das fontes presentes na massa noticiosa analisada.

Importa aqui referir que, para realizar o estudo comparando as três estações radiofónicas e para obtenção dos dados que constam nas tabelas que iremos apresentar de seguida,

foi elaborada uma grelha de análise para cada estação radiofónica (que consta em apêndice) com os seguintes campos de pesquisa: A) Identificação do radiojornal diário; B) Data do radiojornal; C) Número de notícias (contador); D) Sexo da Fonte (M, F, Não Identificado); E) Número de fontes por dia (contador); F) Identificação da fonte; G) Meio onde as fontes actuaram; H) Grau de confidencialidade da fonte; I) Número de fontes oficiais (contador); J) Número de fontes não-oficiais (contador); K) Número de fontes especialistas; L) Número de fontes indirectas (contador); M) Quantidade de *voz-off* (contador); N) Quantidade de *voz-on* (contador); O) Número de notícias da área de política e economia (contador); P) Número de fontes nas notícias da área de política e economia (contador).

Na alínea A) consideraram-se três variáveis – TSF, RR e A1 -, as quais correspondem às iniciais das estações radiofónicas em estudo. Na alínea C) foi utilizado um contador automático e sequencial, para contabilizar as notícias. Na alínea E), no corpo da notícia as fontes foram contabilizadas através do contador automático e identificadas com os mesmos pressupostos.

Na alínea F) criou-se uma nova grelha com os “actores” que predominam no campo noticioso, tabela essa que é inspirada em tabelas semelhantes desenvolvidas por autores de referência, nomeadamente Vasco Ribeiro (2009). Da tabela em questão constam os seguintes “actores”: 1) Presidente e Casa Civil; 2) Partido Político no Poder; 3) Partido Político na Oposição; 4) Organização Governamental; 5) Organização Não-Governamental; 6) Poder Local; 7) Poder Judicial; 8) Força Militar/Policial; 9) EU; 10) Sindicatos e Ordens; 11) Igreja; 12) Empresas; 13) Não Identificado/Aplicável; 14) População; 15) Governo; 16) Governo Estrangeiro; 17) Especialistas; 18) Meio Artístico e Cultural; 19) Saúde; 20) Universidade; 21) Poder Local na Oposição; 22) Poder Associativo e Estudantil; 23) Finanças e Banca; 24) Desporto. Interessa aqui explicar que por “Não Identificado/Aplicável”, alínea 13, consideramos os meios de Comunicação Social e as Agências Noticiosas.

Por sua vez, na alínea G), procurou-se entender em que circunstâncias as fontes revelavam a informação, o que foi feito através de uma outra grelha de análise com os

seguintes itens: 1) Acções de Campanha; 2) Almoços e Jantares; 3) Assembleias e Sessões Colegiais; 4) Cerimónias Oficiais; 5) Comunicados e *Press*; 6) Conferências de Imprensa; 7) Congressos e Colóquios; 8) Directos e Exclusivos; 9) Eleições; 10) Inaugurações; 11) Manifestações; 12) Outros Documentos; 13) Publicações e Emissões; 14) Reuniões e Audiências; 15) Estudos e Sondagens; 16) Visitas e Viagens; 17) Não Identificado.

Na alínea H) contabilizaram-se as declarações que foram publicadas *on background* (a fonte não é identificada, embora possam ser dadas indicações acerca da sua identidade – ex. “um ministro”) e *on deep background* (a fonte não é identificada, nem são dadas quaisquer indicações acerca da sua identidade – ex. “fonte bem informada”). Na alínea I) foi utilizado um contador automático, para contabilizar o número de fontes oficiais, e entendemos como fontes oficiais entidades como por exemplo o Presidente da República, o Primeiro-Ministro, empresas, políticos, etc. Por sua vez, na alínea J) foi usado também um contador automático e sequencial, mas desta, para contabilizar o número de fontes não-oficiais incluídas, nomeadamente, agências não-governamentais, movimentos sociais e grupos de pressão, entidades organizadas, entre outros.

Na alínea K) usou-se, uma vez mais o contador automático, para contar o número de fontes, desta vez, especialistas. Nesta categoria inserimos profissionais como por exemplo, advogados, psicólogos, médicos, meteorologistas, entre outros. Na alínea L), do mesmo modo que contabilizamos as fontes anteriormente mencionadas, contabilizamos também as fontes indirectas. Por fontes indirectas entendemos, por exemplo, meios de comunicação social (jornais, revistas, canais televisivos e até mesmo outras rádios), bem como as agências noticiosas.

Tentando perceber de que modo o jornalista insere nas suas notícias, as citações das fontes, destacamos na alínea M) a quantidade de *voz-off* (quando a opinião da fontes é transmitida pela voz do jornalista) e, na alínea N) a quantidade de *voz-on* (quando é a própria fonte a falar e a transmitir a sua informação), usando para ambas o contador automático. Por último e chegando às alíneas que propriamente mais nos interessam, na alínea O), contabilizamos o número de notícias apenas da área de política e economia e,

na alínea P) contabilizamos também o número de fontes identificadas nestas mesmas notícias.

No que diz respeito à classificação dos “actores” das notícias, importa referir que foi tida, uma vez mais como base, a nomenclatura usada por Vasco Ribeiro, na sua análise do produto jornalístico político da imprensa nacional diária de 1990 a 2005 e que passamos a descrever. Na categoria Presidente e Casa Civil foram contabilizados, para além do próprio chefe de Estado, todos os restantes membros da Casa Civil, designadamente a primeira-dama, o chefe da Casa Civil, os conselheiros, os adjuntos e os assessores. No Governo incluiu-se os detentores de cargos executivos, mas também todos os funcionários políticos (chefes de gabinete, adjuntos, assessores, etc.). No Governo estrangeiro registaram-se não só os membros de executivos de outros países, mas os próprios Chefes de Estado. Por seu turno, nas categorias Partido Político no Poder e Partido Político na Oposição incluímos todas as forças políticas, dentro das legislaturas que o estudo contempla, enquanto na Organização Governamental identificamos como fontes os agentes representativos de entidades públicas, organismos, direcções gerais, entidades públicas empresariais, com excepção das áreas da saúde e do ensino superior (2009, p. 83).

Por sua vez, no Poder Local, para além dos detentores de cargos autárquicos, incluímos todos os representantes de assembleias municipais e de freguesia dos partidos das listas vencedoras, ao passo que no Poder Local na Oposição classificamos todos os vereadores e membros das assembleias locais dos partidos vencidos. Convém ainda esclarecer que muitos destes “actores” foram, igualmente, classificados na nomenclatura nacional, quando o seu envolvimento político ganhava dimensão e confluência nacionais.

Nas Organizações Não Governamentais, decidimos também contabilizar cooperativas, fundações e outras associações de interesse público, privadas e corporativas. No poder Judicial foram identificados os juízes, procuradores e delegados do Ministério Público, funcionários de tribunais e elementos da Polícia Judiciária. Por sua vez, na Força

Militar/Policial registamos os membros dos três ramos das Forças Armadas e os agentes e membros das diversas forças de segurança.

Para comparar com os dados analisados das três estações radiofónicas, foi ainda elaborado um breve questionário (consta em apêndice), composto por seis questões, relacionadas com os tópicos de análise que havíamos construído anteriormente para o estudo de caso. Os inquéritos foram dados a três jornalistas/editores, nomeadamente, um de cada estação em análise (*TSF*, *Rádio Renascença* e *Antena 1*). O intuito era cruzar os resultados dos inquéritos dos jornalistas, com outros inquéritos que pretendíamos ver respondidos por fontes de informação (nomeadamente de três áreas distintas – de uma autarquia, de uma agência de Comunicação e de um assessor de um político), no entanto, por razões que nos são alheias, as pessoas contactadas para o efeito não se demonstraram abertura e disponibilidade para participar no estudo. Posto isto, cruzamos os resultados dos três inquéritos realizados, apenas com os resultados do estudo de caso.

Refira-se que os inquéritos foram apresentados aos jornalistas/editores em forma de escolha múltipla, de modo a facilitar as suas respostas e a tornar os resultados mais concretos e a reduzir o seu enviezamento. A sua padronização serviu-nos para assegurar a confiança e a validade de cada um. Convém esclarecer que a escolha deste método baseou-se no facto de, habitualmente, os inquéritos estatísticos serem usados para recolher informação quantitativa nos campos de marketing, sondagens políticas, e pesquisa nas ciências sociais. Para além disso, um inquérito pode incidir sobre opiniões ou informação factual, dependendo, aí, do seu objectivo. No entanto, todos envolvem a formatação de perguntas a indivíduos. Importa explicar que, quando as perguntas são colocadas por um pesquisador, o inquérito é chamado de entrevista. Quando as questões são administradas pelo respondente, o inquérito é intitulado de questionário ou inquérito auto-administrado.

2. Apresentação e Discussão de Resultados

Pela observação e análise dos dados recolhidos da amostra, é possível estabelecer diferenças quanto à abordagem ao tema, nos parâmetros definidos, nas três estações radiofónicas.

Na tabela 1 são apresentados quantitativamente, o número de notícias de todas as áreas temáticas, em particular de cada estação radiofónica, nomeadamente na *TSF*, na Rádio *Renascença* e na *Antena 1*, em número e percentagem. O mesmo é feito, especificamente, para a área de política e economia, que são as nossas áreas de estudo. As percentagens apresentadas referem-se à distribuição dessas notícias pelos períodos em análise (19 de Outubro a 18 de Novembro; 19 de Novembro a 18 de Dezembro; 19 de Dezembro a 19 de Janeiro).

Na tabela número 2 encontram-se as fontes identificadas nas notícias de todas as áreas temáticas presentes nas notícias, quantificadas dia após dia, com o intuito de analisar a sua frequência. Deste modo, em cada estação radiofónica, corresponde uma determinada quantidade de fontes citadas nas notícias, tendo em conta o total das fontes em geral de cada estação radiofónica, representado em número e percentagem. Aqui, as fontes identificadas englobam as fontes oficiais, as fontes não-oficiais, as fontes especialistas, as fontes anónimas, as fontes indirectas e ainda as fontes da área de política e economia. Para além disso, são também apresentados nesta tabela os dados relativos ao número de fontes de política e economia, em relação ao número total de fontes usadas em cada rádio.

Na tabela 3 apresentamos o número de notícias com fontes anónimas, contrabalançando com o número de notícias sem fontes anónimas. Tentamos aqui perceber, de que modo os jornalistas da rádio dão, ou não, importância ao uso de fontes anónimas. Para que a nossa análise seja mais precisa, na tabela 4, observamos ainda o uso de fontes anónimas *On Background* e o número de fontes anónimas *On Deep Background*, comparando o grau de utilização de uma, com a outra.

O número de fontes oficiais presentes em todas as áreas temáticas nas estações seleccionadas é contabilizado na tabela 5. O número de fontes não-oficiais em todas as áreas temáticas, tendo em conta o número total de fontes gerais e a sua divisão pelas estações radiofónicas que seleccionamos, é apresentado na mesma tabela, de modo a podermos cruzar ambos os resultados.

Para além disso, quisemos ainda destacar na tabela 6, o número de fontes especialistas presentes em ambas as rádios; bem como dar a conhecer, também, o número de fontes indirectas (por indirectas aqui posicionamos os meios de comunicação social – nomeadamente jornais e estações televisivas – e as agências noticiosas) que os jornalistas usaram para elaborarem as suas notícias, em cada rádio e ao longo dos três períodos de análise, dados que apresentamos na tabela 7.

Consideramos também conveniente para o nosso estudo, analisar o número de citações fornecidas ao ouvinte em “Voz On” e em “Voz Off”. Ou seja, em “voz on”, quando o jornalista inclui na sua notícia, declarações directas de uma qualquer fonte; e em “voz off”, quando sabemos da informação da fonte “pela boca” do jornalista”. Estes dados estão contemplados na tabela 8.

	Notícias de todas as áreas temáticas	%	Notícias da área de política e economia	%
TSF	384	74,1	134	25,9
RR	437	80,3	107	19,7
Antena 1	443	76,6	135	23,4
Total	1264	77,1	376	22,9

Tabela 1. Número de notícias de todas as áreas temáticas e da área de política e economia

Nesta tabela podemos verificar que a Antena 1 foi a estação que mais notícias emitiu no período seleccionado, com 443 notícias emitidas, seguindo-se a RR com 437 e a TSF com 384. Contrapondo, a tabela apresenta-nos ainda a quantidade de notícias apenas da secção de política e economia e neste ponto, verificamos que a Antena 1 é, novamente,

a estação com maior número de notícias (135), no entanto, a diferença para as outras estações, designadamente a *TSF* é agora quase nula, estando separadas apenas por uma notícia de diferença (134). A *RR*, por seu turno demonstra uma diferença já significativa, tendo emitido somente 107 (19,7%) notícias das áreas em questão, sendo o seu universo de 437 notícias (80,3%). Importa aqui notar que, apesar de a *TSF* não ter sido a estação com mais notícias, foi, no entanto, a que teve maior percentagem de notícias de política e economia, com 134 notícias (25,9%) num universo de 443 (74,1%).

Apenas nesta primeira fase de análise consideramos vantajoso demonstrar, através dos dados recolhidos e inseridos nas grelhas de análise pormenorizadamente, a evolução do número de notícias ao longo dos três períodos de análise (nomeadamente de 19 de Outubro a 18 de Novembro; 19 de Novembro a 18 de Dezembro; 19 de Dezembro a 19 de Janeiro), foi-se dando um decréscimo do número de notícias, nas três estações, sendo que o primeiro período é aquele que apresenta maior número de notícias, e terceiro e último período, aquele que apresenta um número menor. No nosso parecer, esta situação está, directamente, relacionada com a quantidade/diversidade de temas de actualidade que se deram ao longo de cada período.

Por exemplo, no espaço temporal do primeiro período de análise, estiveram na “ordem do dia” assuntos como: a Cimeira da União Europeia (entrada em vigor do Tratado de Lisboa); a Aprovação do Orçamento de Estado; o Aumento de Casos/Mortes por Infecção do H1N1; o Processo Face Oculta (escutas); Aumento da Taxa de Desemprego; a Conjuntura no País (ataques às medidas do Governo; défice orçamental) e a Cimeira de Copenhaga (sobre as alterações climáticas). Temas importantes aos olhos da comunicação social, pois são temas que interessam bastante ao público e que, de certo modo, lhes dizem respeito.

Por sua vez, no espaço temporal do segundo período de análise, apesar de ter sido um período igualmente rico em termos de diversidade de temas da actualidade, e de a diferença do número de notícias não ser muito significativo, o tema destas notícias apelava mais à “compaixão” dos ouvintes do que, propriamente, à sua preocupação. Os

temas que, por essa razão, de certo modo não provocaram tanto impacto no seio dos jornalistas são, por exemplo, o Desenrolar do Processo Casa Pia; o Caso Freeport (relacionado com o Primeiro-Ministro); os Despedimentos na Fábrica Delphi; os Danos Causados Pelas Baixas Temperaturas e Pelo Excesso de Chuva, bem como o Aumento, uma vez mais dos Casos de Infecção e Morte pelo Surto de Gripe H1N1.

Não obstante, sendo o último período de análise àquele que apresenta o menor número de notícias, podemos perceber que esse facto se deve à repetição de alguns dos temas anteriormente referidos (sendo que para os ouvintes esses temas perdem o factor de novidade e de actualidade), bem como à insistência, dia após dia, num só tema, mas que marcou o pensamento dos ouvintes. Falamos aqui do Sismo no Haiti, que se deu a 12 de Janeiro de 1020, e que teve consequências catastróficas, matando ente 100 000 a 200 000 pessoas e que destruiu toda uma região. Milhares de edifícios, incluindo os elementos mais significativos do património da capital, bem como a principal prisão do país e todos os hospitais, foram destruídos ou gravemente danificados. Como se não bastasse toda esta tragédia, com isto vieram problemas maiores como a falta de alimentos para a subsistência dos sobreviventes, a falta de alojamento e de condições fidedignas para a vida das populações, os motins desencadeados pelos atrasos na distribuição de ajuda, etc. Apesar de não ter, também, directamente a ver com o ouvinte, este era um tema que ele desejava acompanhar de perto, pela dimensão do mesmo, quer em termos físicos, quer em termos psicológicos, tendo sido, por isso o tema com mais destaque neste período.

	Fontes de todas as áreas temáticas	%	Fontes da área de política e economia	%
TSF	550	70,9	226	29,1
RR	495	77,8	141	22,2
Antena 1	602	73,8	214	26,2
Total	1647	73,9	581	26,1

Tabela 2. Número de fontes de todas as áreas temáticas e da área de política e economia

Em relação às fontes utilizadas, a tabela 2 mostra diferenças nas três estações. Sendo que é a estação com o maior número de notícias, a Antena 1 é, também, a estação com o maior número de fontes identificadas (602). No entanto, a TSF é a rádio que apresenta maior número de fontes política e económicas (29,1%) que equivale a 226 notícias. Com isto, percebemos que das três rádios, a Antena 1 é aquela que mais privilegia o uso das fontes, no entanto, a TSF é a que mais cita fontes da nossa área de estudo.

	Fontes Anónimas	%	Fontes Não-Anónimas	%
TSF	9	1,6	550	98,4
RR	7	1,4	495	98,6
Antena 1	20	3,2	602	96,8
Total	36	2,1	1647	97,9

Tabela 3. Número de fontes anónimas e fontes não-anónimas

As fontes anónimas, contabilizadas na tabela 3, são utilizadas em maior número pela Antena 1 (20), diferenciando-se, substancialmente das outras rádios que apresentam 9 fontes anónimas, a TSF e 7 fontes anónimas, a RR. O uso de fontes anónimas nas notícias das três rádios resume-se à medíocre percentagem de 2,1% (36 fontes), contrapondo com os 97,9% (1647) de fontes não-anónimas. Importa aqui notar que o facto de as fontes anónimas terem sido utilizadas poucas vezes, parece indicar um certo esforço dos jornalistas para o uso de fontes identificadas, de modo a tornar mais credíveis as suas matérias.

	Fontes “On background”	%	Fontes “On deep background”	%
TSF	6	66,7	3	33,3
RR	5	71,4	2	28,6
Antena 1	14	70	6	30
Total	25	69,4	11	30,6

Tabela 4. Número de fontes anónimas “On background” e “On deep Background”

De acordo com a tabela 4 percebemos que as fontes anónimas mais usadas são as *On Background*, ou seja, aquelas em que a fonte não é identificada, embora possam ser dadas algumas indicações acerca da sua identidade, como por exemplo: “segundo o ministro...”; de “acordo com o chefe da empresa...”, entre outras. Estas apresentam um total de 25 fontes (69,4%) sobre 11 fontes *On Deep Background* (30,6%), em que os jornalistas usam expressões como: fonte bem colocada”, “fonte bem informada” ou “fonte autorizada”, para as identificar minimamente. Convém ter ainda em conta que é na Antena 1 que predominam as fontes *On Background* (14 fontes – 70%), e que é a mesma estação radiofónica que apresenta o maior número de notícias *On Deep Background* (6 notícias – 30%).

	Fontes Oficiais	%	Fontes Não-Oficiais	%
TSF	333	68,5	153	31,5
RR	289	65,8	150	34,2
Antena 1	343	66,9	170	33,1
Total	965	67,1	473	32,9

Tabela 5. Número de fontes oficiais e não-oficiais

Ao analisarmos esta tabela confirmamos, uma vez mais, um dos pressupostos dos quais partimos no início deste trabalho e que é o facto de, as fontes oficiais serem as mais usadas nos meios de comunicação social. A diferença da quantidade de fontes oficiais de cada uma das rádios não é muito significativa, podendo, nós adivinhar que esta desigualdade se deve à desigualdade, também, no número total de fontes usadas. Importa aqui perceber que a TSF é a estação com maior percentagem de fontes oficiais (68,5%), contrapondo com o valor de fontes não-oficiais (31,5%) equivalendo, neste caso, a 333 fontes oficiais contra 153 não oficiais. Por sua vez, a Renascença é a estação com maior número de fontes não-oficiais identificadas. Ou seja, em 1647 notícias, 965 são oficiais, e 473 (67,1%) são não-oficiais (32,9%).

	Fontes Especialistas	%	Não-Especialistas	%
TSF	32	5,8	518	94,2
RR	38	7,7	457	92,3
Antena 1	44	7,3	558	92,7
Total	114	6,9	1533	93,1

Tabela 6. Número de fontes especialistas e fontes não-especialistas nas notícias

O número de fontes especialistas como, por exemplo, os médicos e advogados não pode ser, nem de perto, comparado com o número de fontes oficiais, por exemplo. No entanto, as notícias analisadas das três rádios apresentam 114 fontes especialistas, o que representa 6,9%. Das três estações radiofónicas, a Antena 1 é aquela que apresenta mais fontes especialistas (44) 7,3%, rebatendo as 558 não especialistas (92,7%). Por sua vez, a RR foi contemplada com o uso de 38 fontes especialistas (7,7%), deixando de lado os 92,3% que representam as 457 fontes não especialistas. Por fim, a TSF apenas usou 32 fontes desta categoria (518), o que equivale a 5,8%. No entanto, importa aqui referir que, algumas das fontes aqui referenciadas foram usadas nas áreas que o estudo contempla, sendo que essas são duas áreas que, na maior parte das vezes exigem um maior grau de credibilidade, seriedade e profissionalismo.

	Fontes Indirectas	%	Fontes Não-Indirectas	%
TSF	18	3,3	532	96,7
RR	13	2,6	482	97,4
Antena 1	20	3,3	582	96,7
Total	51	3,1	1596	96,9

Tabela 7. Número de fontes indirectas e fontes não-indirectas nas notícias

Em minoria, juntamente com as fontes anónimas, está o uso das fontes indirectas, apenas com 3,1%, equivalente a 51 fontes anónimas nas três rádios, repartidas da seguinte forma: 20 (3,3%) na Antena 1, num universo de 602 fontes, o que significa a existência de 582 (96,7%) de fontes não-indirectas; 18 na TSF (3,3%), sendo que se

verificaram 532 fontes não-directas (96,7%); e ainda a *Renascença* que apresentou nas suas notícias, 13 fontes indirectas (2,6%) contra os 97,4% que representam as fontes não-indirectas.

	“Voz On”	%	“Voz Off”	%
TSF	319	56,9	242	43,1
RR	329	66,3	167	33,7
Antena 1	380	64,2	212	35,8
Total	1028	62,3	621	37,7

Tabela 8. Número de citações fornecidas ao ouvinte em “Voz On” e em “Voz Off”

Através da tabela 8 conseguimos perceber que a maior parte das citações que os jornalistas inseriam nas suas notícias eram dadas em “voz-on”, ou seja, através da voz da própria fonte. Visto não estar dotado, quer de imagem estática, quer de imagem dinâmica, os jornalistas da rádio usam a voz como forma de credibilizar e valorizar as sua notícias. O número de citações em “voz on” (62,3%) que equivale a 1028 citações, é muito superior ao das atribuídas em “voz off” (37,7%), que representa aqui 621 citações. Uma vez mais é a Antena 1 apresenta o valor mais alto, neste caso foi ela quem citou mais em “voz on”, 62,3% (380); contudo, as citações em “voz off” tiveram mais uso na TSF, com uma percentagem de 41,1 (242).

De modo a complementarmos mais um pouco a informação obtida no estudo de caso, apoiamo-nos, também, na análise de um inquérito feito a três jornalistas/editores, das estações radiofónicas por nós seleccionadas para o nosso trabalho.

1) Qual o critério que, habitualmente, mais usa para escolher as suas fontes?		
	Nº.	%
Credibilidade	2	66,7
Posição/Relevância na sociedade		
Grau de Conhecimento sobre o assunto	1	33,3

Habilidades Comunicativas		
Proximidade/Relacionamento/Amizade		
Atitude e Postura pessoal		

Tabela 9 - Critério usado para escolher as fontes

Na questão número 1 (tabela 9), dois dos jornalistas inquiridos responderam que o critério que, habitualmente mais têm em conta na escolha das suas fontes é a credibilidade, o que nos dá um valor de 66,7%. Por sua vez, o outro jornalista respondeu que dá mais importância ao grau de conhecimento da fonte acerca do assunto (33,3%).

2) Qual o tipo de fontes que usa com mais frequência nas sua notícias?		
	Nº.	%
Oficiais (ex. Presidente da República, Primeiro Ministro, Políticos)	2	66,7
Não-Oficiais (ex. Agências Não-Governamentais, Movimentos Sociais, Grupos de Pressão)		
Anónimas (On Background – a fonte não é identificada, embora possam ser dadas indicações acerca da sua identidade; e On Deep Background – a fonte não é identificada, nem são dadas quaisquer indicações acerca da sua identidade.)		
Profissionais/Especialistas (ex. Médicos, Especialistas de Ambiente, Sociólogos)	1	33,3
Indirectas (ex. Agências de Comunicação, Assessores de Imprensa)		

Tabela 10 - Tipo de fontes que os jornalistas usam mais nas notícias

Na questão 2, quando tentamos decifrar qual o tipo de fontes que os jornalistas usam com mais frequência nas suas notícias, obtivemos duas opções. Dois jornalistas afirmam que usam, maioritariamente, fontes oficiais (66,7%). No entanto, o outro jornalista usa mais fontes profissionais/especialistas (33,3%). O uso maioritário de fontes oficiais (constatado quer no estudo de caso às três estações radiofónicas, quer no inquérito feito aos três jornalistas) está provado também na questão nº. 5, em que se perguntava quais

os tipos de “actores” que os jornalistas usam mais para os seus trabalhos e onde a resposta predominante foi “Membros do Governo” (fonte oficial).

3) Em média, quantas fontes pessoais consulta para elaborar uma peça?		
	Nº.	%
Nenhuma		
1 a 2 fontes	2	66,7
3 a 4 fontes	1	33,3
Mais de 5 fontes		

Tabela 11 - Número de fontes que o jornalista consulta, em média, para elaborar uma peça

Na questão número 3, deu-se situação semelhante à das duas questões anteriores. Dois jornalistas deram a mesma resposta. Neste caso, ambos afirmaram que, em média, costuma consultar uma a duas fontes pessoais para elaborar as suas peças (66,7%). O outro jornalista disse que, normalmente, utiliza três a quatro fontes por peça (33,3%).

4) Em média, quantas vezes cita as suas fontes pessoais numa peça?		
	Nº.	%
1 a 2 vezes	3	100
3 a 4 vezes		
4 a 5 vezes		
Mais de 5 vezes		

Tabela 12 - Número de vezes que uma fonte é citada, pelo jornalista, numa peça

Unânicos foram os três jornalistas, quanto ao número de vezes que citam as suas fontes pessoais por peça. Todos responderam que citam, em média, de uma a duas vezes, tal como podemos verificar na tabela 12.

5) Qual o tipo de “actores” a que recorre mais frequentemente para os seus trabalhos? (selecione 2 opções)		
	Nº.	%
Políticos no Poder	1	16,6
Políticos na Oposição		
Empresários	1	16,6
Militares ou Policiais		
Membros do Governo	2	33,4
Membros do Governo Estrangeiro		
Membros de Organizações Governamentais		
Membros de Organizações Não-Governamentais		
População/Anónimos		
Membros do Poder Judicial		
Sindicatos e Ordens		
Finanças e Banca		
Outras	2	33,4

13 - Tipo de “actores” a que os jornalistas recorrem com mais frequência para os seus trabalhos

Na questão 5, pedimos aos jornalistas inquiridos que seleccionassem duas opções relativas ao tipo de fontes a que recorrem mais frequentemente nos seus trabalhos. Neste caso tivemos a selecção de três opções diferentes. Os três jornalistas afirmaram consultar, com mais frequência, “Membros do Governo” (50%), para a segunda opção, dois jornalistas escolheram a alínea “Outras” (16,6%). Outra opção seleccionada pelos jornalistas foi “Empresários” (16,6%) e “Políticos no Poder (16,6%).

6) Em média, com que frequência recorre a fontes, as quais cita como anónimas, por peça?		
	Nº.	%
Sempre		

Ocasionalmente	1	33,3
Raramente (menos de uma vez por mês)	2	66,7
Nunca		

Tabela 14 - Frequência com que o autor recorre a fontes que cita como anónimas, por peça

Por último, quando questionados sobre com que frequência recorrem as fontes, as quais citam como anónimas, dois jornalistas responderam que “Raramente” (66,7%) e, apenas um disse que “Ocasionalmente” (33,3%).

Não obstante, quisemos ainda inserir no nosso estudo as categorias do tipo de fontes presentes no texto noticioso de cada estação radiofónica, bem como o meio de onde provêm as notícias. Na tabela 15 estão categorizadas, por número e percentagem, as fontes presentes nas notícias da *TSF*; o mesmo acontece na tabela 16, mas desta, na Rádio *Renascença* e, na tabela 17, as da *Antena 1*.

Na tabela 18 estão contemplados os meios presentes nas notícias da *TSF*; na tabela 19, os meios presentes nas notícias da Rádio *Renascença* e, por último, na tabela 20, os da *Antena 1*. Vamos ter aqui em atenção, o valor da três percentagens mais elevadas, o que nos vai dar a conhecer apenas as principais fontes presentes nos radiojornais.

Fontes no texto	Total	%
Meio Artístico e Cultural	3	0,7
Desporto	9	1,9
Empresas	20	4,3
Especialistas	13	2,8
Poder Associativo e Estudantil	3	0,7
Finanças e Banca	17	3,7
Força Militar/Policial	27	5,8
Governo	78	16,9
Governo Estrangeiro	12	2,6
Igreja	7	1,5
Organização Governamental	25	5,4
Organização Não Governamental	5	1,1
Partido Político no Poder	21	4,5
Partido Político na Oposição	93	20,1

Poder Local	5	1,1
Poder Local na Oposição	1	0,2
Poder Judicial	15	3,2
População	2	0,4
Presidente e Casa Civil	28	6,1
Saúde	27	5,8
Sindicatos/Ordens/Associações	28	6,1
EU	5	1,1
Universidade	0	0,0
Não Identificado/Aplicável	19	4,1
Total	463	100,0

Tabela 15. Categorias do tipo de fontes presentes nas notícias da TSF

Na tabela 15 podemos verificar que, as fontes que tiveram mais protagonismo na TSF foram as do “Partido Político na Oposição”, com 20,1%, seguindo-se o “Governo”, com 16,9% e, em terceiro, os “Sindicatos/Ordens/Associações” (6,1%) e a categoria “Presidente e Casa Civil”, com a mesma percentagem. Confirmamos aqui, uma vez mais, que são as fontes oficiais, as que mais aparecem nas notícias. Em segundo lugar aparecem as fontes que possam ter informações “novas e quentes”, informações essas que além de credibilidade, tenham a capacidade de criar impacto no seio do público.

Fontes no texto	Total	%
Meio Artístico e Cultural	12	3,1
Desporto	4	1,0
Empresas	16	4,1
Especialistas	20	5,1
Poder Associativo e Estudantil	0	0,0
Finanças e Banca	12	3,1
Força Militar/Policial	26	6,6
Governo	61	15,5
Governo Estrangeiro	7	1,8
Igreja	22	5,6
Organização Governamental	19	4,8
Organização Não Governamental	12	3,1
Partido Político no Poder	13	3,3
Partido Político na Oposição	54	13,7
Poder Local	9	2,3
Poder Local na Oposição	1	0,3
Poder Judicial	14	3,6
População	7	1,8

Presidente e Casa Civil	20	5,1
Saúde	23	5,9
Sindicatos/Ordens/Associações	19	4,8
EU	2	0,5
Universidade	0	0,0
Não Identificado/Aplicável	20	5,1
Total	393	100,0

Tabela 16. Categorias do tipo de fontes presentes nas notícias da Rádio Renascença

Na tabela 16, verificamos que as fontes mais usadas pelos jornalistas são, uma vez mais, maioritariamente oficiais. Vamos novamente de encontro àquilo que acabamos de explicar acerca da tabela anterior. No caso da Rádio Renascença, as fontes mais usadas são “Governo” com 15,5%, seguindo-se, uma vez mais, o “Partido Político na Oposição”, com 13,7%. Por último surge “Força Militar/Policial” com 6,6%.

Fontes no texto	Total	%
Meio Artístico e Cultural	4	0,8
Desporto	26	5,0
Empresas	11	2,1
Especialistas	23	4,4
Poder Associativo e Estudantil	1	0,2
Finanças e Banca	14	2,7
Força Militar/Policial	18	3,4
Governo	84	16,0
Governo Estrangeiro	11	2,1
Igreja	3	0,6
Organização Governamental	20	3,8
Organização Não Governamental	12	2,3
Partido Político no Poder	26	5,0
Partido Político na Oposição	108	20,6
Poder Local	10	1,9
Poder Local na Oposição	0	0,0
Poder Judicial	17	3,2
População	17	3,2
Presidente e Casa Civil	22	4,2
Saúde	16	3,1
Sindicatos/Ordens/Associações	34	6,5
EU	2	0,4
Universidade	0	0,0
Não Identificado/Aplicável	45	8,6
Total	524	100,0

Tabela 17. Categorias do tipo de fontes presentes nas notícias da Antena 1

No que diz respeito à Antena 1, verificamos que se mantêm exactamente o mesmo padrão das outras estações. A fonte predominante é “Partido Político na Oposição” com 20,6%, seguindo-se o “Governo” (16%) e “Sindicatos/Ordens/Associações” com 6,5%.

Por outro lado, interessa-nos também, compreender quais os meios mais frequentes no lançamento das notícias. Aqui, iremos usar o mesmo método, de referência, apenas, das três categorias com maior valor percentual.

Meio	Total
Acções de Campanha	0
Almoços e Jantares	0
Assembleias e Sessões Colegiais	61
Cerimónias Oficiais	4
Comunicados e <i>Press</i>	20
Conferências de Imprensa	11
Congressos e Colóquios	10
Directos e Exclusivos	64
Eleições	0
Inaugurações	0
Manifestações	3
Outros Documentos	13
Publicações e Emissões	11
Reuniões e Audiências	6
Estudos e Sondagens	3
Visitas e Viagens	8
Não Identificado	249
Total	463

Tabela 18. Categorias dos meios presentes nas notícias da TSF

A partir da tabela 18, constatamos que o local de onde surgem as notícias, no que diz respeito à TSF, não é, na maior parte das vezes, identificado. Este tópico tem, por isso, uma acentuada vantagem para com os outros meios (463 casos). No entanto, conseguimos perceber que muitas das notícias surgem em “Directos e Exclusivos”, com 64 casos, ultrapassando ainda as “Assembleias e Sessões Colegiais”, com 61 casos. Neste caso temos dois meios completamente opostos, isto porque, habitualmente, os directos e exclusivos são acontecimentos inesperados e de grande importância. Por outro lado, as assembleias e sessões colegiais são algo preparadas e esperadas.

Meio	Total
Acções de Campanha	1
Almoços e Jantares	0
Assembleias e Sessões Colegiais	31
Cerimónias Oficiais	6
Comunicados e Press	15
Conferências de Imprensa	6
Congressos e Colóquios	6
Directos e Exclusivos	67
Eleições	0
Inaugurações	0
Manifestações	1
Outros Documentos	14
Publicações e Emissões	13
Reuniões e Audiências	14
Estudos e Sondagens	9
Visitas e Viagens	15
Não Identificado	201
Total	399

Tabela 19. Categorias dos meios presentes nas notícias da Rádio Renascença

Na rádio Renascença existe, igualmente, um grande número de casos em que os meios não são identificados pelos jornalistas (201 casos), sendo, porém menor do que na TSF. Os meios que, na Renascença, apresentam o maior número de casos são, também, os “Directos e Exclusivos” (67 casos), bem como as “Assembleias e Sessões Colegiais” (31).

Meio	Total
Acções de Campanha	1
Almoços e Jantares	2
Assembleias e Sessões Colegiais	71
Cerimónias Oficiais	6
Comunicados e Press	13
Conferências de Imprensa	32
Congressos e Colóquios	3
Directos e Exclusivos	88
Eleições	0
Inaugurações	2
Manifestações	2
Outros Documentos	9
Publicações e Emissões	24

Reuniões e Audiências	10
Sondagens e Estudos	3
Visitas e Viagens	11
Não Identificado	250
Total	527

Tabela 20. Categorias dos meios presentes nas notícias da Antena 1

Por último e, uma vez mais sem novidades, as categorias mantêm-se, exactamente as mesmas das outras estações, mudando, apenas, o número de casos. Ora vejamos, “Não Identificado” foram 250 casos. Por sua vez, Directos e Exclusivos” tiveram 88 casos, seguindo-se, das Assembleias e Sessões Colegiais com 71 casos.

Conclusão

O estudo que aqui elaboramos é importante para a compreensão da importância das fontes de informação na construção das notícias. É um facto que elas representam, muitas vezes, uma “tábua de salvação” para os jornalistas, sendo, por isso, um elemento fundamental na construção noticiosa, não fossem elas quem, na maior parte das vezes, promove determinados factos, de modo a se tornarem notícia. No que diz respeito às notícias da área de política e economia, duas áreas bastante específicas e que dizem respeito a uma grande fatia da população, as fontes de informação revelam-se imprescindíveis, não para promover um determinado acontecimento, mas para dar o seu parecer acerca dele, para o explicar e para credibilizar a informação do jornalista.

Revedo a questão das fontes tal como a expusemos anteriormente e tendo em conta que as fontes se apresentam como sendo agentes sociais com diferentes graus de importância e notoriedade, importa aqui lembrar, o facto de estas, habitualmente, estabelecem lutas entre si para aceder aos meios de comunicação, situação que dá no campo de notícia, onde se verifica um acesso segmentado, decorrente de uma sociedade igualmente estratificada. Não obstante, convém ainda não nos esquecermos que, os jornalistas e as fontes de informação também estabelecem lutas, no entanto isso acontece no que diz respeito à atribuição de significados a determinados acontecimentos.

A partir da análise dos resultados obtidos com a componente empírica realizada, vimos fundamentadas as hipóteses, nas quais nos baseamos para o início deste projecto, em que acreditávamos que as fontes que têm mais acesso aos meios de comunicação social, são as oficiais, mas que, no entanto, o seu grau de acesso não é igual para todas. Verificamos pois, que os jornalistas seleccionam as suas fontes em função dos seus interesses e das suas conveniências. Confirmamos, porém, que com as fontes funciona, exactamente do mesmo modo. Ou seja, elas tentam chegar aos jornalistas para terem a visibilidade do público e para serem lançadas na esfera mediática, as informações que lhes interessa.

- Ao analisar as emissões diárias da *TSF*, da *Rádio Renascença* e da *Antena 1*, verificamos que as fontes predominantes nas notícias dos radiojornais são as fontes oficiais (resultado igual ao da questão nº. 2 do inquérito), o que não deixa margem para dúvidas que os jornalistas tentam sempre atribuir credibilidade e fiabilidade às suas informações, e para eles, a melhor forma é o uso de fontes oficiais (Primeiro-Ministro, Políticos, Empresários...). Por este facto, são as fontes oficiais, aquelas que têm um maior acesso às notícias, no entanto, percebemos nas tabelas dos “actores nas notícias” que, no entanto, nem todas as fontes oficiais possuem o mesmo grau de acesso às notícias, em qualquer umas das rádios, os mais privilegiados são o “Governo” e “Partido Político na Oposição”. Para além disso, conferimos também que, o critério a que dão mais valor na hora de escolher uma fonte é a credibilidade (constatação que vai de encontro à questão nº. 1 do inquérito), o que intensifica a nossa primeira e anterior conclusão.

Quanto ao tipo de fontes usadas pelos jornalistas nas notícias que analisamos, importa referir que estes, apesar de usarem fontes anónimas, tiveram o cuidado de não usar em demasia e, principalmente, de esconder esse facto do ouvinte. Ou seja, foram raras as vezes em que o jornalista disse, abertamente, que a informação que estava a divulgar, era proveniente de uma fonte anónima, sendo que, de certo modo, ela raramente era dissimulada. Queremos com isto dizer que, apesar de o jornalista não referir quem era a fonte, este identificava-a sempre um pouco, usando expressões como: “fonte do Governo”, “membro da empresa”, entre outras.

- Ou seja, no que diz respeito ao anonimato das fontes, verificamos pela percentagem dos resultados do inquérito e, pelos valores do estudo de caso, que os jornalistas das rádios, habitualmente, não incluem citações de fontes anónimas nas suas peças. No entanto, percebemos que o uso da maior parte das fontes anónimas que anunciamos, deu-se, precisamente nas áreas específicas deste estudo (política e economia), conclusão que retiramos através da análise que fizemos individualmente aos “actores” presentes nas notícias de cada estação radiofónica. Isto deve-se, muito provavelmente, ao facto de estes serem

duas áreas muito complexas e com vários contornos, e que dizem respeito à sociedade em geral, por isso, sendo, muitas vezes compostos por assuntos delicados, as fontes que fornecem informações deste cariz, tentam preservar a sua identidade de modo a evitarem sofrer quaisquer represálias ou a serem, de algum modo, prejudicados.

Por outro lado, partimos do pressuposto de que os jornalistas, quer fosse para confirmar as informações que angariavam, quer fosse para conseguir a maior quantidade de informação possível, consultavam, diversas fontes com alguma regularidade. No entanto, observamos, a partir do estudo de caso feito e do inquérito aos jornalistas, que estes consultam sim, fontes de informação, mas não o fazem em quantidade. Ou seja, consultam apenas as essenciais – neste caso, entre uma a duas por notícia – de modo a confirmar uma informação que tem ou a facultar-lhes uma notícia/novidade que os satisfaça a sua necessidade informativa.

Constatamos ainda, que os jornalistas não têm muito o hábito de inserir nas notícias, uma grande quantidade de citações das suas fontes pessoais, pelo contrário, eles usam as informações das suas fontes, mas de certo modo, fazem-no dissimuladamente. Por sua vez, constatamos que, no que diz respeito ao uso de citações das fontes, prevalecem as citações em *voz on*, baixando a importância das citações em *voz off*, de modo a que o jornalista se sinta mais firme e seguro nas informações que divulga, identificando, a maior parte das vezes, as fontes que cita.

Apêndices

1. Grelhas de Análise

Grelhas de Análise da TSF

	Nº. De Notícias	Nº. De Fontes	Nº. De Fontes Oficiais
Semana 1 - (19-10-2009 a 23-10-2009)	23	32	16
Semana 2 - (26-10-2009 a 30-10-2009)	26	44	24
Semana 3 - (02-11-2009 a 06-11-2009)	28	40	22
Semana 4 - (09-11-2009 a 13-11-2009)	38	37	27
Semana 5 - (16-11-2009 a 20-11-2009)	28	42	26
Semana 6 - (23-11-2009 a 27-11-2009)	25	41	23
Semana 7 - (30-11-2009 a 04-12-2009)	34	44	21
Semana 8 - (07-12-2009 a 11-12-2009)	35	43	23
Semana 9 - (14-12-2009 a 18-12-2009)	33	48	35
Semana 10 - (21-12-2009 a 25-12-2009)	33	34	22
Semana 11 - (28-12-2009 a 01-01-2010)	31	39	21
Semana 12 - (04-01-2010 a 08-01-2010)	28	42	33
Semana 13 - (11-01-2010 a 15-01-2010)	29	49	26
Semana 14 - (18-01-2010 a 22-01-2010)	11	15	14
Total	402	550	333

	Nº. De Fontes Não Oficiais	Nº. De Fontes Especialistas	Nº. De Fontes Anónimas
Semana 1 - (19-10-2009 a 23-10-2009)	11	3	0
Semana 2 - (26-10-2009 a 30-10-2009)	16	3	1
Semana 3 - (02-11-2009 a 06-11-2009)	17	0	0
Semana 4 - (09-11-2009 a 13-11-2009)	14	1	0
Semana 5 - (16-11-2009 a 20-11-2009)	7	8	1
Semana 6 - (23-11-2009 a 27-11-2009)	16	1	0
Semana 7 - (30-11-2009 a 04-12-2009)	12	3	0
Semana 8 - (07-12-2009 a 11-12-2009)	10	5	3
Semana 9 - (14-12-2009 a 18-12-2009)	9	0	2
Semana 10 - (21-12-2009 a 25-12-2009)	9	1	0
Semana 11 - (28-12-2009 a 01-01-2010)	14	4	0
Semana 12 - (04-01-2010 a 08-01-2010)	9	0	0
Semana 13 - (11-01-2010 a 15-01-2010)	18	3	2
Semana 14 - (18-01-2010 a 22-01-2010)	1	0	0
Total	163	32	9

	Nº. De Fontes Indirectas	Nº. De Voz-off	Nº. De Voz On
Semana 1 - (19-10-2009 a 23-10-2009)	2	16	16
Semana 2 - (26-10-2009 a 30-10-2009)	1	19	30
Semana 3 - (02-11-2009 a 06-11-2009)	0	15	24
Semana 4 - (09-11-2009 a 13-11-2009)	1	14	27
Semana 5 - (16-11-2009 a 20-11-2009)	0	18	24
Semana 6 - (23-11-2009 a 27-11-2009)	2	19	22
Semana 7 - (30-11-2009 a 04-12-2009)	1	23	23
Semana 8 - (07-12-2009 a 11-12-2009)	3	17	26
Semana 9 - (14-12-2009 a 18-12-2009)	2	20	28
Semana 10 - (21-12-2009 a 25-12-2009)	2	19	15
Semana 11 - (28-12-2009 a 01-01-2010)	4	17	22
Semana 12 - (04-01-2010 a 08-01-2010)	0	16	26
Semana 13 - (11-01-2010 a 15-01-2010)	0	20	29
Semana 14 - (18-01-2010 a 22-01-2010)	0	9	7
Total	18	242	319

	Nº. De Noticias de Política e Economia	Nº. De Fontes de Política e economia
Semana 1 - (19-10-2009 a 23-10-2009)	13	17
Semana 2 - (26-10-2009 a 30-10-2009)	12	25
Semana 3 - (02-11-2009 a 06-11-2009)	9	18
Semana 4 - (09-11-2009 a 13-11-2009)	23	33
Semana 5 - (16-11-2009 a 20-11-2009)	13	24
Semana 6 - (23-11-2009 a 27-11-2009)	9	20
Semana 7 - (30-11-2009 a 04-12-2009)	8	15
Semana 8 - (07-12-2009 a 11-12-2009)	10	18
Semana 9 - (14-12-2009 a 18-12-2009)	9	11
Semana 10 - (21-12-2009 a 25-12-2009)	7	9
Semana 11 - (28-12-2009 a 01-01-2010)	3	4
Semana 12 - (04-01-2010 a 08-01-2010)	8	14
Semana 13 - (11-01-2010 a 15-01-2010)	7	15
Semana 14 - (18-01-2010 a 22-01-2010)	3	3
Total	134	226

Grelhas de Análise da Rádio Renascença

	Nº. De Notícias	Nº. De Fontes	Nº. De Fontes Oficiais
Semana 1 - (19-10-2009 a 23-10-2009)	35	37	25
Semana 2 - (26-10-2009 a 30-10-2009)	31	33	18
Semana 3 - (02-11-2009 a 06-11-2009)	32	32	17
Semana 4 - (09-11-2009 a 13-11-2009)	35	40	17
Semana 5 - (16-11-2009 a 20-11-2009)	34	40	27
Semana 6 - (23-11-2009 a 27-11-2009)	32	39	22
Semana 7 - (30-11-2009 a 04-12-2009)	33	27	13
Semana 8 - (07-12-2009 a 11-12-2009)	32	36	25
Semana 9 - (14-12-2009 a 18-12-2009)	35	37	26
Semana 10 - (21-12-2009 a 25-12-2009)	40	45	26
Semana 11 - (28-12-2009 a 01-01-2010)	36	31	16
Semana 12 - (04-01-2010 a 08-01-2010)	31	40	15
Semana 13 - (11-01-2010 a 15-01-2010)	30	40	30
Semana 14 - (18-01-2010 a 22-01-2010)	13	18	12
Total	449	495	289

	Nº. De Fontes Não Oficiais	Nº. De Fontes Especialistas	Nº. De Fontes Anónimas
Semana 1 - (19-10-2009 a 23-10-2009)	9	2	0
Semana 2 - (26-10-2009 a 30-10-2009)	10	3	0
Semana 3 - (02-11-2009 a 06-11-2009)	13	2	0
Semana 4 - (09-11-2009 a 13-11-2009)	15	7	1
Semana 5 - (16-11-2009 a 20-11-2009)	5	6	1
Semana 6 - (23-11-2009 a 27-11-2009)	12	4	1
Semana 7 - (30-11-2009 a 04-12-2009)	12	0	2
Semana 8 - (07-12-2009 a 11-12-2009)	8	2	0
Semana 9 - (14-12-2009 a 18-12-2009)	8	0	0
Semana 10 - (21-12-2009 a 25-12-2009)	13	5	0
Semana 11 - (28-12-2009 a 01-01-2010)	14	1	0
Semana 12 - (04-01-2010 a 08-01-2010)	20	3	0
Semana 13 - (11-01-2010 a 15-01-2010)	6	3	1
Semana 14 - (18-01-2010 a 22-01-2010)	5	0	1
Total	150	38	7

	Nº. De Fontes Indirectas	Nº. De Voz-off	Nº. De Voz On
Semana 1 - (19-10-2009 a 23-10-2009)	1	6	31
Semana 2 - (26-10-2009 a 30-10-2009)	2	10	23
Semana 3 - (02-11-2009 a 06-11-2009)	1	13	18
Semana 4 - (09-11-2009 a 13-11-2009)	1	7	30
Semana 5 - (16-11-2009 a 20-11-2009)	1	17	23
Semana 6 - (23-11-2009 a 27-11-2009)	0	15	24
Semana 7 - (30-11-2009 a 04-12-2009)	0	16	10
Semana 8 - (07-12-2009 a 11-12-2009)	1	9	27
Semana 9 - (14-12-2009 a 18-12-2009)	3	10	27
Semana 10 - (21-12-2009 a 25-12-2009)	1	19	26
Semana 11 - (28-12-2009 a 01-01-2010)	0	13	18
Semana 12 - (04-01-2010 a 08-01-2010)	2	14	26
Semana 13 - (11-01-2010 a 15-01-2010)	0	13	23
Semana 14 - (18-01-2010 a 22-01-2010)	0	5	13
Total	13	167	319

	Nº. De Noticias de Política e Economia	Nº. De Fontes de Política e economia
Semana 1 - (19-10-2009 a 23-10-2009)	8	12
Semana 2 - (26-10-2009 a 30-10-2009)	10	16
Semana 3 - (02-11-2009 a 06-11-2009)	10	15
Semana 4 - (09-11-2009 a 13-11-2009)	16	18
Semana 5 - (16-11-2009 a 20-11-2009)	13	12
Semana 6 - (23-11-2009 a 27-11-2009)	10	17
Semana 7 - (30-11-2009 a 04-12-2009)	8	11
Semana 8 - (07-12-2009 a 11-12-2009)	5	6
Semana 9 - (14-12-2009 a 18-12-2009)	7	8
Semana 10 - (21-12-2009 a 25-12-2009)	5	8
Semana 11 - (28-12-2009 a 01-01-2010)	2	2
Semana 12 - (04-01-2010 a 08-01-2010)	3	3
Semana 13 - (11-01-2010 a 15-01-2010)	6	8
Semana 14 - (18-01-2010 a 22-01-2010)	4	5
Total	107	141

Grelhas de Análise da Antena 1

	Nº. De Fontes Não Oficiais	Nº. De Fontes Especialistas	Nº. De Fontes Anónimas
Semana 1 - (19-10-2009 a 23-10-2009)	12	7	0
Semana 2 - (26-10-2009 a 30-10-2009)	18	6	0
Semana 3 - (02-11-2009 a 06-11-2009)	15	4	1
Semana 4 - (09-11-2009 a 13-11-2009)	14	3	2
Semana 5 - (16-11-2009 a 20-11-2009)	7	7	1
Semana 6 - (23-11-2009 a 27-11-2009)	11	5	2
Semana 7 - (30-11-2009 a 04-12-2009)	19	2	2
Semana 8 - (07-12-2009 a 11-12-2009)	6	1	3
Semana 9 - (14-12-2009 a 18-12-2009)	5	0	3
Semana 10 - (21-12-2009 a 25-12-2009)	19	3	0
Semana 11 - (28-12-2009 a 01-01-2010)	11	2	2
Semana 12 - (04-01-2010 a 08-01-2010)	14	0	3
Semana 13 - (11-01-2010 a 15-01-2010)	15	4	1
Semana 14 - (18-01-2010 a 22-01-2010)	4	0	0
Total	170	44	20

	Nº. De Fontes Indirectas	Nº. De Voz-off	Nº. De Voz On
Semana 1 - (19-10-2009 a 23-10-2009)	3	14	32
Semana 2 - (26-10-2009 a 30-10-2009)	4	23	26
Semana 3 - (02-11-2009 a 06-11-2009)	2	13	34
Semana 4 - (09-11-2009 a 13-11-2009)	3	19	25
Semana 5 - (16-11-2009 a 20-11-2009)	0	23	25
Semana 6 - (23-11-2009 a 27-11-2009)	1	21	21
Semana 7 - (30-11-2009 a 04-12-2009)	1	19	36
Semana 8 - (07-12-2009 a 11-12-2009)	1	9	32
Semana 9 - (14-12-2009 a 18-12-2009)	1	14	21
Semana 10 - (21-12-2009 a 25-12-2009)	1	5	36
Semana 11 - (28-12-2009 a 01-01-2010)	2	12	24
Semana 12 - (04-01-2010 a 08-01-2010)	1	11	27
Semana 13 - (11-01-2010 a 15-01-2010)	0	22	30
Semana 14 - (18-01-2010 a 22-01-2010)	0	7	11
Total	20	212	380

	Nº. De Noticias de Política e Economia	Nº. De Fontes de Política e economia
Semana 1 - (19-10-2009 a 23-10-2009)	12	24
Semana 2 - (26-10-2009 a 30-10-2009)	12	23
Semana 3 - (02-11-2009 a 06-11-2009)	16	25
Semana 4 - (09-11-2009 a 13-11-2009)	21	28
Semana 5 - (16-11-2009 a 20-11-2009)	16	19
Semana 6 - (23-11-2009 a 27-11-2009)	12	19
Semana 7 - (30-11-2009 a 04-12-2009)	10	17
Semana 8 - (07-12-2009 a 11-12-2009)	5	9
Semana 9 - (14-12-2009 a 18-12-2009)	7	9
Semana 10 - (21-12-2009 a 25-12-2009)	5	5
Semana 11 - (28-12-2009 a 01-01-2010)	4	5
Semana 12 - (04-01-2010 a 08-01-2010)	5	12
Semana 13 - (11-01-2010 a 15-01-2010)	6	15
Semana 14 - (18-01-2010 a 22-01-2010)	4	4
Total	135	214

2. Questionários

O presente questionário pretende medir o grau de aproximação entre os jornalistas e as suas fontes de informação pessoais e enquadra-se no âmbito de um trabalho de investigação para uma tese de Mestrado, em Ciências da Comunicação.

O inquérito é anónimo e confidencial, sendo as respostas tratadas apenas pela equipa de investigação. Os resultados serão apresentados de forma agregada e impessoal.

Lembramos que não existem respostas certas ou erradas. A sua participação é de extrema importância de modo a obtermos resultados fidedignos. Seja o mais preciso e sincero possível.

Antecipadamente agradecemos as vossas respostas.

1) Qual o critério que, habitualmente, mais usa para escolher as suas fontes?

- a - Credibilidade
- b - Posição/Relevância na sociedade
- c - Grau de Conhecimento sobre o assunto
- d- Habilidades Comunicativas
- e - Proximidade/Relacionamento/Amizade
- f - Atitude e Postura pessoal

2) Qual o tipo de fontes que usa com mais frequência nas sua notícias?

- a - Oficiais (ex. Presidente da República, Primeiro Ministro, Políticos, etc.)
- b - Não-Oficiais (ex. Agências Não-Governamentais, Movimentos Sociais, Grupos de Pressão, etc.)

c – Anónimas (On Background – a fonte não é identificada, embora possam ser dadas indicações acerca da sua identidade; e On Deep Background – a fonte não é identificada, nem são dadas quaisquer indicações acerca da sua identidade)

d - Profissionais/Especialistas (ex. Médicos, Especialistas de Ambiente, Sociólogos, etc.)

e - Indirectas (ex. Agências de Comunicação, Assessores de Imprensa, etc.)

3) Em média, quantas fontes pessoais consulta para elaborar uma peça?

a - Nenhuma

b - 1 a 2 fontes

c - 3 a 4 fontes

d - Mais de 5 fontes

4) Em média, quantas fontes pessoais cita numa peça?

a - 1 a 2 vezes

b - 2- 3 a 4 vezes

c - 4 a 5 vezes

d - Mais de 5 vezes

5) A que tipo de fontes recorre mais frequentemente nos seus trabalhos?

(seleccione apenas 2 opções)

a - Políticos no Poder

b - Políticos na Oposição

c - Empresários

d - Militares ou Policiais

e - Membros do Governo

f - Membros do Governo Estrangeiro

g - Membros de Organizações Governamentais

h - Membros de Organizações Não-Governamentais

i - População/Anónimos

j - Membros do Poder Judicial

k - Sindicatos e Ordens

l - Finanças e Banca

m – Outras

6) Em média, com que frequência recorre a fontes, as quais cita como anónimas, por peça?

a - Sempre

b - Ocasionalmente

c - Raramente (menos de uma vez por mês)

d - Nunca

Bibliografia

- Bastos, H. (2000). *Jornalismo Electrónico. Internet e Reconfiguração de Práticas nas Redacções*. Coimbra: Minerva.
- Chaparro, M. C. (2001). *Linguagem dos Conflitos*. Coimbra, Ed. Minerva.
- Código Deontológico dos Jornalistas. (1993) [Em linha]. Disponível em www.bocc.uff.br/pag/Codigo-Deontologico.pdf. [Consultado em 03/2/2009]
- Cordeiro, P. (2005). *Rádios Temáticas: Perfil da Informação Radiofónica em Portugal. O Caso da TSF*. II Congresso Luso Brasileiro de Estudos Jornalísticos, IV Congresso Luso-Galego de Estudos Jornalísticos. [Em linha]. Disponível em <http://www.bocc.uff.br/pag/cordeiro-paula-o-caso-tsf.pdf>. [Consultado em 03/12/2009]
- Ericson *et al.* (1989). *Negotiating Control: A Study of News Sources*. Toronto, Ed. University of Toronto Press.
- Évora, S. L. (2005). *As Fontes Jornalísticas na Televisão Cabo-Verdiana: Os “Definidores Primários” das Discussões*. [Em linha]. Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/evora-silvino-fontes-jornalisticas.pdf>. [Consultado em 03/12/2009]
- Fidalgo, J. (2000). *A Questão das Fontes nos Códigos Deontológicos dos Jornalistas*. In *Comunicação e Sociedade 2*, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, Volume 14, pp. 319-337.
- Fontecuberta, M. (1996). *La Noticia: Pistas para Percibir el Mundo*. Barcelona, Ed. Paidós Ibérica

- Gans, H. (1980). *Deciding What's News: A study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek and Time*. Northwestern University Press: Evanston.
- Lopes, F. (2000). *As Fontes, os Jornalistas e as Leis*. In *Comunicação e Sociedade 2, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, Volume 14*, pp. 339-349.
- López, X. (2005). *Datos dun xornalismo atrapado no debate da sua reinvençion*. In Livro de Actas – 4º SOPCOM, Santiago de Compostela, pp. 1265-1275
- Machado, E. (2000) *Os Novos Conceitos de Edição no Jornalismo Digital*. In *Comunicação e Sociedade 2, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, Vol 14*, pp. 357-373.
- Machado, E. (2002). *O ciberespaco como Fonte para os Jornalistas*. [Em linha]. Disponível em www.bocc.uff.br/pag/machado-elias-ciberespaco-jornalistas.pdf. [Consultado em 17/11/2009]
- Manning, P. (2001). *News and News Sources: A Critical Introduction*. London, Ed. Sage Publications. [Em linha]. Disponível em <http://books.google.com/>. [Consultado em 25/11/2009]
- Marinho, S. (2000). *O Valor da Confiança nas Relações entre Jornalistas e Fontes de Informação*. In *Comunicação e Sociedade 2, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, Volume 14*, pp. 351-356.
- Menezes, A. S. (2009). *Discurso Ideológico da Objectividade Jornalística: Manipulação dos enunciados das Fontes*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação. XI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Nordeste.

- Pinto, M. (2000) *Fontes Jornalísticas: Contributos para o Mapeamento do Campo*. In *Comunicação e Sociedade 2*, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, Volume 14, pp. 277-294.
- Ribeiro, M. M. (2007). *Quando as Fontes Jornalísticas Falam por Nós. Estudo de caso dos Jornais Correio da Manhã e Público*. [Em Linha]. Disponível em <http://books.google.com/>. [Consultado em 15.11.2009]
- Santos, R. (1997). *A Negociação entre Jornalistas e Fontes*. Coimbra, Ed. Minerva.
- Santos, R. (2003). *Jornalistas e Fontes de Informação*. Coimbra, Ed. Minerva.
- Santos, R. (2006). *A Fonte Não Quis Revelar*. Porto, Ed. Campo das Letras.
- Schlesinger, P. (1997). *Os Jornalistas e a sua Máquina do Tempo*. In *Jornalismo: questões, teorias e “estórias”*. (ed. N. Traquina). pp. 177-190. Lisboa: Vega.
- Sigal, L. V. (1973). *Reporters and Officials – The Organisation and Politics of Newsmaking*. Lexington: D. C. Heath
- Sousa, J.P. (2001). *Elementos de Jornalismo Impresso*. [Em linha]. Disponível em <http://www.booc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-de-jornalismo-impresso.pdf>. [Consultado em 22/11/2009].
- Sousa, J.P. (2002a). *A Utilização de Fontes Anónimas no Noticiário Político dos Diários Portugueses de Referência: Um Estudo Exploratório*. [Em linha].

Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-utilização-fontes-anonimas.pdf>. [Consultado em 22/11/2009].

- Sousa, J.P. (2002b) *Jornalismo On-line*. [Em linha]. Disponível em <http://www.ipv.pt/forumedia/5/13.htm>. [Consultado em 20/11/2009]
- Sousa, J.P. (2003). *Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media*. Porto: Universidade Fernando Pessoa.
- Schuch, H. A. (2004). *O Jogo do Off – Uma Breve Apresentação de Pontos Conceituais*. [Em linha]. Disponível em <http://posjor.ufsc.br/public/docs/114.pdf>. [Consultado em 20/11/2009.]
- Traquina, N. (2000). *O Poder do Jornalismo: Análise e Textos da Teoria do Agendamento*. Coimbra: Minerva
- Traquina, N. (2002). *Jornalismo*. Lisboa: Quimera

Legislação

- Lei n.º 2/99, de 13 de Janeiro (“Lei de Imprensa”);
- Lei n.º 1/99, de 13 de Janeiro (“Estatuto dos Jornalistas”)