



CONSELLO
DA CULTURA
GALEGA

COORDINADORES
XOSÉ LÓPEZ GARCÍA
JORGE PEDRO SOUSA

A INVESTIGACIÓN E O ENSINO
DO XORNALISMO NO ESPAZO LUSO-GALEGO

COLECCIÓN **BASE**

A INVESTIGACIÓN E O ENSINO DO XORNALISMO NO ESPAZO LUSO-GALEGO

ACTAS DO I CONGRESO LUSO-GALEGO DE
ESTUDOS XORNALÍSTICOS



COORDINADORES
XOSÉ LÓPEZ GARCÍA
JORGE PEDRO SOUSA



CONSELLO
DA CULTURA
GALEGA

SECCIÓN DE COMUNICACIÓN

COLECCIÓN **BASE**



A INVESTIGACIÓN E O ENSINO DO XORNALISMO NO ESPAZO LUSO-GALEGO

Actas do I Congreso Luso-Galego de Estudos Xornalísticos celebrado os días
29 e 30 de outubro de 2002 en Santiago de Compostela

Congreso Luso-Galego de Estudos Xornalísticos
(1º. 2002. Santiago de Compostela)

A investigación e o ensino do xornalismo no
espazo luso-galego : actas do I Congreso Luso-
-Galego de Estudos Xornalísticos celebrado os
días 29 e 30 de outubro de 2002 en Santiago
de Compostela / coordinadores Xosé López
García, Jorge Pedro Sousa. — Santiago de
Compostela : Consello da Cultura Galega,
Sección de Comunicación, 2004. — 243 p. ;
22 cm. — (Colección Base)

D.L. PO-396-2004. — ISBN 84-95415-93-3

1. Xornalismo-Ensino-Portugal. 2. Xornalis-
mo-Ensino-Galicia. I. López García, Xosé,
coord. II. Sousa, Jorge Pedro, coord. III.
Consello da Cultura Galega. Sección de
Comunicación. IV. Título

© CONSELLO DA CULTURA GALEGA
Pazo de Raxoi, 2º andar
Praza do Obradoiro, s/n
15705 Santiago de Compostela
Tel. 981 957202 Fax 981 957205
correo@consellodacultura.org
Web: <http://www.consellodacultura.org>

Proxecto gráfico
e deseño de cubertas
MANUEL JANEIRO

ISBN 84-95415-93-3
Depósito legal PO-396-2004

Imprime
LITOSPRINT, S.L.
Avda. Montecelo, 6. Mourente. Pontevedra.

A INVESTIGACIÓN E O ENSINO DO XORNALISMO NO ESPAZO LUSO-GALEGO

Actas do I Congreso Luso-Galego de Estudos Xornalísticos celebrado os días
29 e 30 de outubro de 2002 en Santiago de Compostela

Coordinadores
XOSÉ LÓPEZ GARCÍA
JORGE PEDRO SOUSA



CONSELLO
DA CULTURA
GALEGA

SECCIÓN DE COMUNICACIÓN

ÍNDICE

LIMIAR

PRESENTACIÓN

Pensar a comunicación desde Galicia e Portugal 11

Ricardo Jorge Pinto

De costas voltadas. (As divergências de interesses
temáticos entre os jornalistas e os académicos) 13

Manuel Pinto

O ensino e a formação na área do jornalismo em
Portugal – notas sobre uma "crise de crescimento" 23

Joaquim Fidalgo

O meio jornalístico no Portugal de hoje:
evoluções recentes e dilemas persistentes 43

Estrela Serrano

Um olhar sobre o jornalismo português 61

João Conde Veiga

Plácido Castro del Río (1902-1967). Um jornalista
galego nos jornais portugueses 73

Rogério Santos

História e tendências da investigação
sobre jornalismo nos últimos 25 anos 81

Jorge Souto

A produção de notícias como acção situada 107

<i>Manuela Cruz</i>	
Os desafíos dos profesionais de xornalismo face ao desenvolvemento das novas tecnoloxías de información e comunicación/revolución dixital nos Media	123
<i>Luís Trigo e Paula de Sousa</i>	
Xornalismo universitario – Espazo de cidadanía	135
<i>Aníbal Oliveira</i>	
Análise das competencias pedagóxico-didácticas do educador no ensino do xornalismo no espazo luso-galego – Um estudo de caso	143
<i>Xosé Ramón Pousa</i>	
A formación de xornalistas en Galicia	155
<i>Miguel Túñez</i>	
O xornalismo na sociedade galega	163
<i>Xosé López García, Silvia López Ben e Berta García Orosa</i>	
As televisións locais en Galicia: cara á profesionalización	183
<i>Xosé Rúas</i>	
Novas pontes de comunicación que tender	195
<i>Raquel López e Xosé López</i>	
Análise da información cultural en Galicia	215
<i>Xosé López García, José Pereira Fariña, Manuel Gago Mariño</i>	
A construción dun discurso informativo de calidade en Internet.....	231

LIMIAR

Un espazo de comunicación

Unha cultura vén sendo un espazo de comunicación, unha multiplicidade de vieiros, de pontes polas que transitan as ideas, os coñecementos e os intercambios, e onde esas positivas sinerxías encontradas propician e proxectan outras posibilidades de relación e enriquecemento nese territorio e nos espazos destinatarios ou receptores deses impulsos. Vai facéndose así, e transformándose, o grande escenario da comunicación e do intercambio, da expresión e das linguaxes, do coñecemento e do diálogo, da creación, da reflexión e do necesario debate.

Potenciar e proxectar ese espazo de comunicación en Galicia, e desde Galicia, é un dos obxectivos do Consello da Cultura Galega, atento observador do acontecer por riba das fronteiras e lugar de encontro para os actores protagonistas do quefacer cultural, quer na súa dimensión artística e humanística, quer na expresión tecno-científica.

Comprometido con ese grande obxectivo, o Consello, sabedor de que Galicia é “célula de universalidade”, ten moi presente a necesidade de potenciar as relacións con Portugal e con todo o espazo da lusofonía. Estamos persuadidos de que Galicia ten moito que dicir e achegar desde a súa estratéxica posición nos ámbitos hispano e lusófono.

Nesas coordenadas debemos contemplar os pasos dados desde o Consello para acrecentar as posibilidades de comunicación

e de mutuo enriquecemento cultural con Portugal, atendendo asemade ás dimensións de cooperación abertas pola Unión Europea e pola construción dun espazo imprescindible na configuración do mundo na Sociedade Global.

Foi así como, a través da Sección de Comunicación, o Consello organizou o I Congreso Luso-Galego de Estudos Xornalísticos para reflexionar sobre a investigación e o ensino do xornalismo no espazo luso-galego. As actas que agora publicamos dan fe do traballo desenvolvido e subliñan o compromiso de continuar percorrendo conxuntamente ese camiño na procura de novos horizontes para a comunicación e a cultura.

Desde o Consello da Cultura Galega felicitámonos por ter contribuído a materializar máis unha vez un dos obxectivos que definen e xustifican o compromiso, actuante e decidido, desta institución estatutaria creada hai máis de vinte anos.

Alfonso Zulueta de Haz
Presidente do Consello da Cultura Galega

PRESENTACIÓN

Pensar a comunicación desde Galicia e Portugal

Das miradas actuais sobre as Ciencias da Comunicación, a do espazo da lusofonía ten trazos propios cunha identidade moi definida. A comunidade formada polos pobos de fala portuguesa, con Galicia como país ponte, cun pé no mundo lusófono e outro no mundo hispano, reflexionou nos últimos vinte anos sobre as principais cuestións do tecido comunicativo. E non só debateu, analizou e propuxo, senón que fixo achegas que contribuíron ao avance científico. Na bibliografía mundial sobre Comunicación encontramos hoxe lúcidas achegas de investigadores portugueses, brasileiros, galegos... A Federação Lusófona de Ciencias da Comunicação (LUSOCOM) é unha feliz realidade e varios autores que traballan en Brasil, Portugal ou Galicia aparecen entre os principais estudosos do mundo.

Os datos dos últimos anos indican con claridade que os investigadores en comunicación do ámbito lusófono multiplican a súa produción científica. Unha mirada ao camiño percorrido subliña que máis de dúas décadas despois da implantación dos estudos desta área das Ciencias Sociais na Universidade comeza a dar froitos. Tanto en Portugal, onde está próximo o vintecinco aniversario da incorporación do Curso de Comunicación Social na Facultade de Ciencias Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa (curso 1978-1979), como en Galicia, onde xa se vai cumprir o undécimo aniversario da implantación dos estudos de xornalismo na Facultade de Ciencias da Comunicación da Universidade de

Santiago de Compostela (curso 1991-1992), hai achegas que merecen a cualificación de boas e moi boas.

Durante moitos anos, as relacións entre galegos e portugueses do mundo da Comunicación -industria, academia, profesión...- brillaron pola súa escaseza. Pouco a pouco a situación mudou con iniciativas conxuntas. Estas experiencias propiciaron encontros profesionais e académicos que resultaron moi frutíferos. Neste contexto, temos que situar o Primeiro Congreso Luso-Galego de Estudos Xornalísticos, que quixo contribuír a un mellor coñecemento entre as comunidades científicas galegas e portuguesas que traballan no campo do xornalismo e da cultura. Foi esta unha cita con moita participación e moitas contribucións de investigadores galegos e portugueses. De xeito especial, debemos destacar o empeño e o traballo do profesor Jorge Pedro Sousa, que coordinou a organización desde Portugal e fixo todo o posíbel pola súa parte para que o evento saíse ben.

As cada vez máis intensas relacións entre o mundo universitario portugués e galego, aínda que non son tan sólidas como sería desexábel, permiten avanzar con identidade e mostran que estamos diante dun proxecto de futuro e con futuro no escenario mundial da Comunicación. É por iso que estas xornadas terán continuidade con citas periódicas en Galicia e Portugal para facer realidade un dos obxectivos do Consello da Cultura Galega que asume como prioritario a Sección de Comunicación: aumentar as relacións co mundo da comunicación e a cultura de Portugal.

A cooperación entre Galicia e Portugal no campo da comunicación só pode resultar beneficiosa para as dúas partes. Hai moitos desafíos e tarefas que realizar. E a Sección de Comunicación do Consello da Cultura quere favorecer esa cooperación e esas accións concretas que permitan acometer os retos que deben afrontar os dous países no eido da comunicación. A Comunicación e a Cultura tamén hai que pensalas e repensalas desde a lusofonía, un proxecto común no que Galicia e Portugal teñen moito que dicir.

Xosé López

Coordinador da Sección de Comunicación

DE COSTAS VOLTADAS.
(AS DIVERGÊNCIAS DE INTERESSES TEMÁTICOS ENTRE
OS JORNALISTAS E OS ACADEMICOS)

Ricardo Jorge Pinto
Universidade Fernando Pessoa

Frequentes vezes, a comunidade jornalística queixa-se de que a investigação académica ignora as suas necessidades essenciais. Frequentes vezes, a comunidade académica queixa-se de que as práticas jornalísticas ignoram as suas recomendações.

Estas reclamações são um sintoma preocupante de desfazamento entre duas partes que deveriam estar próximas. O problema não é novo, nem sequer recente. Já na última década de 50, os repórteres e editores denunciavam a falta de suporte teórico de apoio às suas tarefas, num momento em que se previam alterações estruturais à função jornalística. Por essa altura, os teóricos da comunicação estavam ainda demasiado preocupados com os esquemas de relacionamento entre os media e as audiências massificadas, negligenciando as evidentes lacunas de comunicação entre os jornalistas e as suas fontes de informação, como revelavam nessa época alguns inquéritos de carácter escolar (Melvin, 1956). Por outro lado, os estudiosos do jornalismo revelavam que o perfil do jornalista médio apresentava índices de preparação académica e cultural pouco adequados a uma devida sensibilidade para a absorção de recomendações normativas e funcionais em relação às suas tarefas de produção informativa (Rivers, 1965).

Na década de 60, os teóricos da denominada segunda vaga do Novo Jornalismo defendiam a necessidade de uma reflexão profunda sobre a real função informativa dos media, que tardava em se adequar aos novos pressupostos funcionais (Wolfe, 1975). Ainda assim, os teóricos desse Novo Jornalismo mostraram estar muito à frente da realidade jornalística. As mudanças comportamentais que eles advogavam - a substituição de um modelo essencialmente descritivo do texto jornalístico por um modelo analítico,

ou a adopção mais frequente de fontes anónimas em algumas secções informativas - aconteceram a um ritmo muito mais lento do que o tinham previsto, e em alguns casos demoraram décadas a terem efeito prático. Por exemplo, um estudo sobre a evolução do jornalismo político na Imprensa de qualidade, verifiquei que só na década de 90 jornais como o *Diário de Notícias*, de Lisboa, ou *The Times*, de Londres, revelavam índices de texto analítico relevantes nas suas peças noticiosas (Pinto, 1997).

Este desfasamento entre a investigação académica e a prática jornalística prolongou-se até aos dias de hoje e são escassos os sinais de que a situação esteja a alterar-se significativamente. Nesta comunicação, começarei por fazer um inventário de algumas áreas onde a investigação teórica não se adequa às reais necessidades dos repórteres e editores. Em seguida, tentarei sugerir alguns instrumentos metodológicos e conceptuais que poderão ser aplicados para uma real avaliação deste problema na actualidade, com vista ao seu progressivo esbatimento.

Uma leitura atenta dos títulos de artigos das principais revistas científicas na área do jornalismo e dos livros produzidos por académicos sobre o trabalho dos jornalistas dá-nos uma ideia de quais são as preocupações mais relevantes para a comunidade dos teóricos¹. Os temas que mais se destacam nestas publicações podem ser sintetizados em três pontos genéricos²:

- 1- O impacto das novas tecnologias da comunicação parece estar no topo de uma tabela de interesses. As diferenças entre as edições em papel e as edições electrónicas de

1. Refiro-me a publicações como a revista de *Comunicação e Linguagens*, os *Cadernos de Estudos Mediáticos* (Universidade Fernando Pessoa) ou os livros publicados em séries dedicadas ao Jornalismo (como a da editora Minerva ou da Campo das Letras). O teor dos textos destas publicações não é de todo divergente com aqueles que se encontram maioritariamente em publicações de referência noutros países, nomeadamente jornais como o *Journalism Quarterly*, *Mass Communication and Society* (EUA) ou *Journalism* (Inglaterra).

2. Esta síntese é meramente empírica, obedecendo apenas a uma observação atenta dos títulos dos artigos. Na verdade, parece-me justificar-se uma análise quantitativa e qualitativa adequada para perceber as actuais tendências da investigação sobre o jornalismo.

jornais e revistas, as transformações provocadas nas emissões radiofónicas pela tecnologia digital ou as consequências da televisão interactiva no alinhamento dos jornais televisivos são exemplos de questões que dominam a atenção da comunidade académica.

- 2- A outro nível, o futuro da profissão jornalística, perante os desafios de um ambiente de convergência de plataformas comunicacionais, traz para as páginas das publicações científicas especializadas o território da percepção das modificações que se irão operar no trabalho dos repórteres e dos sujeitos da informação. A noção de que os jornalistas poderão vir a ser substituídos por uma classe mais versátil de profissionais, a que alguns já chamam produtores de conteúdos, é tema de discussão e de investigação dominante entre a comunidade académica³.
- 3- Um tópico diferenciado impera naquelas publicações: os efeitos das mensagens jornalísticas junto das audiências. Os teóricos continuam a insistir na importância da teoria dos efeitos, revelando interesse na compreensão da forma como as notícias alteram, ou não, o comportamento das pessoas que as recebem. Um exemplo é a actualidade que ainda mantém o estudo do *agenda-setting*, com as sucessivas actualizações e adaptações feitas pelo seu autor (McCombs, 1976).

Estes três tópicos, embora longe de serem monopolizadores e exclusivos, congregam uma parte significativa dos estudos realizados nos últimos anos à volta da actividade jornalística⁴. Estudos esses que partem do interior dos departamentos de jornalismo das universidades, dos centros de estudos das faculdades de comunicação e dos observatórios de jornalismo.

3. Este ponto de interesse pode ser explicado à luz de uma orientação da investigação académica para as preocupações dos alunos de cursos de comunicação.

4. Como é evidente, não nego a existência de outros tópicos de investigação. Considero apenas que esses são minoritários no actual cenário "main stream" da investigação teórica sobre o jornalismo.

Do lado de fora destes laboratórios e salas de aula, os jornalistas continuam, como o fazem há várias décadas, a olhar decepcionados para o interesse dos académicos e com alguma desconfiança para o resultado das investigações teóricas (cf. Hess, 1981; Rémi, 1984; Sigal, 1973). As suas preocupações parecem estar longe do alvo da análise dos teóricos⁵.

Se é verdade que as novas tecnologias da comunicação já não são um fenómeno de ficção científica, não é menos verdadeiro que o seu impacto na produção informativa ainda está numa fase embrionária, com poucos reflexos nas rotinas diárias dos jornalistas. As edições electrónicas dos jornais (na maioria dos títulos) são produzidas por grupos restritos de jornalistas e com poucas alterações editoriais em relação às versões em papel (cf. Bastos, 2000). Em muitos casos, as edições electrónicas são ainda controladas por normas rígidas de adaptação das edições em papel, deixando aos repórteres e editores pouca margem de manobra em termos de interferência no conteúdo e na forma. Isto, apesar de ser notório o aumento de visibilidade dessas edições on-line e o crescente interesse no aproveitamento das suas capacidades comunicativas - nomeadamente no que diz respeito à sua velocidade de actualização informativa.

Assim, pode dizer-se que o primeiro tópico de interesse dos teóricos (relacionado com as novas tecnologias da comunicação) tem ainda um grau de relevo restrito na discussão actual entre a comunidade jornalística.

O futuro da profissão, o segundo grande tópico académico, está já a ser discutido nos fóruns jornalísticos. Por exemplo, ainda recentemente o presidente do Sindicato dos Jornalistas Portugueses referiu a crescente preocupação em definir as fronteiras da profissão⁶.

5. Esta percepção baseia-se sobretudo em dois pilares: análise de alguns artigos de opinião publicados em jornais diários e semanários e redigidos por repórteres e editores; e averiguação empírica dos anseios e necessidades dos jornalistas (o autor desta comunicação é também jornalista e convive diariamente com um leque variado de repórteres e editores).

6. Refiro-me a uma comunicação sobre a definição da profissão de jornalista, realizada a 19 de Outubro de 2002, em Vila Nova de Cerveira, num colóquio organizado pela Associação de Homens de Letras e Jornalistas do Alto Minho.

Exemplo dessa situação referida pelo sindicalista é a pressão de alguns grupos profissionais para tentar obter o estatuto de jornalista, entre os quais os infográficos, os montadores de imagem e os paginadores. Mas, na comunicação do presidente do Sindicato dos Jornalistas, ficou também evidente que esse debate está ainda numa fase inicial e restringe-se à aquisição de direitos fundamentais. Ou seja, o Sindicato ainda não admite sequer falar nos fenómenos de convergência e toma a discussão da produção de conteúdos para vários media como um assunto que ainda precisa de alguma sustentação para ser alvo de preocupação prática dos jornalistas⁷.

O terceiro tópico (dos efeitos), até pelo seu carácter essencialmente teórico, também está longe do olhar presente dos jornalistas. Nas últimas conferências da Arrábida⁸, as conclusões de um painel referiam um sentimento certamente partilhado por muitos profissionais: um jornalista não pode estar preocupado com as consequências dos seus artigos, sob risco de ver ameaçada a faculdade de ser isento no tratamento informativo das suas peças. Aliás, já nos seus primeiros trabalhos sobre a questão do *agenda-setting*, McCombs (1972) referia que o assunto não constituía um factor de interesse dos jornalistas, numa constatação que o teórico considerou relevante para o estudo da matéria.

As preocupações da comunidade jornalística parecem ser outras. Ainda recentemente, o caso de um jornalista que foi detido por se recusar a revelar, em tribunal, a identidade de uma fonte de informação, desencadeou uma polémica sobre as condições do trabalho de investigação dos jornalistas em Portugal⁹. Nesse debate público, foi manifestada a necessidade de existirem mais investigações académicas

7. Ainda assim, a questão de pagamento suplementar aos jornalistas por peças informativas que sejam publicadas nos suportes on-line dos media já foi ponto de discussão e divergência entre jornalistas e empresários de comunicação social.

8. Refiro-me ao debate sobre a eficácia do jornalismo de investigação, no âmbito das conferências realizadas em Outubro de 2002 e organizadas pelo jornalista José Vegar.

9. José Luís Manso Preto, colaborador do semanário *Expresso*, foi detido por desobediência ao tribunal, em Outubro de 2002, quando reiterou a vontade de não identificar a fonte de informação que lhe revelou dados pertinentes para o caso em julgamento, em que compareceu como testemunha de defesa.

que analisem aquelas condições de trabalho, bem como reflexões teóricas sobre os direitos e as limitações da função jornalística.

Este é, apenas, um exemplo de descontentamento da classe jornalística perante o desfasamento de interesses da comunidade científica. Os temas de carácter ético e deontológico deveriam, talvez, por isso, ser mais frequentes vezes tratados nos artigos teóricos.

Mas não são apenas as questões éticas que dominam as conversas profissionais. Nos grupos de discussão do "site" Eu Sou Jornalista (www.eusou.com - uma das mais referenciadas páginas electrónicas vocacionadas para a comunidade jornalística em Portugal) são frequentes os debates sobre técnicas de tratamento de informações; a posição dos jornalistas em situações de guerra, ou perante situações de terrorismo; as dificuldades de isenção dos jornalistas perante os vários grupos de pressão.

No contacto com os jornalistas portugueses, é fácil perceber o interesse pelos seguintes assuntos:

- a complementaridade entre os vários media, sobretudo numa altura em que esses meios de comunicação sofrem processos de alteração estrutural;
- a qualificação dos media regionais;
- o crescente tratamento sensacionalista de determinados assuntos noticiosos;
- a separação de terreno entre a informação e o entretenimento (veja-se o debate que suscitou a introdução de notícias sobre o programa televisivo Big Brother no alinhamento dos noticiários da estação privada TVI);
- a definição do conceito de serviço público de televisão (veja-se a polémica suscitada pelo anúncio do Governo português da intenção de remodelação da estação pública de televisão, RTP, para melhor a adequar ao espírito de serviço público);
- a legitimidade de transição dos profissionais da comunicação entre o jornalismo e as assessorias de Imprensa (veja-se o debate sobre a credibilidade dos jornalistas que já foram assessores de políticos e regressam aos

- meios de comunicação social para escrever peças de jornalismo político);
- a diminuição do uso de depoimentos na peças noticiosas (veja-se o debate sobre a diluição dos registos magnéticos nos noticiários radiofónicos, ou a redução das "vozes-on" nas peças televisivas ou nos artigos de jornais e revistas);
 - a separação entre a análise e a opinião (veja-se a polémica criada pela decisão do jornal *Público* de introduzir peças de análise ao lado dos artigos informativos, para remeter para esses espaços a visão interpretativa dos jornalistas, à semelhança do que jornais como *The New York Times* tinham feito há várias décadas);
 - a delimitação de fronteiras entre as diversas secções temáticas dos media (veja-se a discussão suscitada à volta da necessidade de os jornalistas de política, de economia e do desporto criarem equipas para tratar o tema do campeonato europeu de futebol que se realizará em Portugal em 2004).

Estes temas deveriam, em meu entender, ser objecto de mais atento trabalho de reflexão teórica. Não apenas porque constituem elementos decisivos da formatação actual do campo informativo, mas também porque fazem parte do universo de preocupações prioritárias dos jornalistas. Por isso se compreende que sempre que os jornalistas se tornam teóricos (ou vice-versa) os seus trabalhos revelam uma maior proximidade a estes temas. Quando o actual director de informação da RTP pensou no tema para a sua tese de doutoramento, foi a postura do jornalista em cenário de guerra que ele escolheu tratar. Orlando Raimundo, jornalista de política do semanário *Expresso*, está a terminar a sua tese de mesurado em Jornalismo e o tema que seleccionou foi o da relação entre os repórteres e os políticos, numa altura em que esta área informativa está sob enorme pressão.

Uma causa provável do desentendimento entre a comunidade jornalística e académica está no perfil dos seus membros. Os

estudos estatísticos revelam que, em diferentes países, um número crescente de jornalistas possui formação académica na área da comunicação (cf. Weaver e Wilhoit, 1991). Este dado permite concluir que, num futuro próximo, existirá uma maior homogeneidade entre aquelas duas comunidades. Essa homogeneidade, aliada ao aumento provável de acumulação das funções de jornalista e de docentes de jornalismo (à medida que os jornalistas se interessarem mais por carreira académicas paralelas), tenderá a diluir os contornos do problema aqui analisado.

Até lá, penso que deveria haver um esforço de ambas as partes em perseguir interesses comuns: da parte dos jornalistas, tornando mais perceptíveis as suas preocupações e participando mais activamente em iniciativas de discussão científica dos seus problemas; da parte dos teóricos, saindo dos seus gabinetes e tomando o pulso à realidade dos media.

Se não o fizerem, correm o risco de ficarem a falar sozinhos. De costas voltadas.

BIBLIOGRAFIA

- Bastos, H. (2000), *Jornalismo Electrónico*. Coimbra: Minerva.
- Hess, S. (1981), *The Washington Reporters*. Washington D.C.: The Brooking Institution.
- McCombs, M., Shaw, D. (1972), "The Agenda-Setting Function of the Press", *Public Opinion Quarterly* 36: 176-187.
- McCombs, M., Shaw, D., Grey, D. (1976), *Handbook of Reporting Methods*. Boston: Houghton Mifflin.
- Melvin, R. (1956), *The Need to Understand Sources of Information*. Austin: The University of Texas Press.
- Pinto, R. (1997), *The evolution of the structure of political journalism in four 'quality' newspapers*. Unpublished PhD thesis: The University of Sussex.
- Rémi, R. (1984), *L'Élite des Journalistes: Les Hérauts de l'Information*. Paris: PUF.
- Rivers, W. (1965), *The Opinion Makers*. Boston: Beacon.
- Sigal, L. (1973), *Reporters and Officials: The Organization and Politics of Newsmaking*. London: D.C. Heath and Company.
- Weaver, D., Wilhoit, G. (1991), *The American Journalist: A Portrait of U.S. News People and Their Work*. Bloomington: Indiana University Press.
- Wolfe, T. (1975), *The New Journalism*. London: Picador.

O ENSINO E A FORMAÇÃO NA ÁREA DO JORNALISMO EM PORTUGAL – NOTAS SOBRE UMA "CRISE DE CRESCIMENTO"*

*Manuel Pinto**

Universidade do Minho

A caminho dos cem anos do ensino do Jornalismo na Universidade¹, os debates e as controvérsias acerca daquilo que deve ser esta formação parecem tão vivos como em décadas passadas. Em Julho de 2002, desencadeou-se nos Estados Unidos uma polémica cujos contornos e alcance faz sentido evocar aqui. Devendo o Presidente da Universidade de Columbia nomear o director da sua internacionalmente conhecida Graduate School of Journalism, decidiu suspender tal decisão convocando a comunidade escolar a um debate sobre o seu papel e o seu futuro.

De certo modo, no enunciado dos termos de referência e dos motivos da sua decisão, Leo Bollinger, ele próprio ligado ao mundo da imprensa e um reconhecido investigador sobre os problemas da liberdade de expressão, traçava já um roteiro para a discussão. Para ele, as "mudanças revolucionárias" que os sistemas de comunicação estão a gerar nas democracias, nos mercados, na cultura e nos processos de globalização fazem com que o ensino das técnicas e das práticas jornalísticas, embora valioso, não seja mais suficiente.

* Professor de Jornalismo no Curso de Comunicação Social da Universidade do Minho. Foi jornalista do *Jornal de Notícias*, fundador do Centro de Formação de Jornalistas e da Escola Superior de Jornalismo, do Porto, e membro da primeira Comissão Instaladora da Escola Superior de Comunicação Social, de Lisboa. Entre 1999 e 2002 desempenhou o cargo de director do Departamento de Ciências da Comunicação do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho. É membro da comissão directiva do Curso de mestrado em Ciências da Comunicação, área de especialização de Informação e Jornalismo.

1. O papel pioneiro cabe aos Estados Unidos da América que, depois de terem iniciado, em diferentes Universidades programas de estudo da imprensa e impressão, iniciam, desde os primeiros anos do séc. XX, a formação nestas áreas no quadro de escolas próprias ou de departamentos específicos no seio de escolas de ciências sociais e humanas (cf. Traquina, 2002: 67-70).

Enquanto uma numerosa task force encetava, a pedido de Bollinger, o estudo do que poderá vir a ser "um currículo moderno de uma escola de jornalismo", um intenso debate desencadeou-se nas páginas de alguns dos principais jornais e revistas dos Estados Unidos da América, polarizado entre os que temem pela "academicização" da Escola de Columbia² e aqueles que lamentam a situação actual do ensino naquela instituição, que pouco mais seria do que um "vocational workshop"³. Para os primeiros, o caminho traçado "redundará na redução da componente prática, na diluição do jornalismo em lógicas académicas ultrapassadas". Para isso, "os editores e directores não precisam do que Bollinger lhes quer dar"⁴.

Retenho os ecos deste debate recente, porquanto ele traduz de forma aproximada uma das muitas clivagens e tensões que atravessam o quadro do ensino do jornalismo em Portugal.

Para abordar esta matéria, farei, em primeiro lugar, e dado o contexto desta intervenção, uma síntese de natureza histórica; procurarei, de seguida, enunciar alguns elementos da actual situação, dando especial ênfase às tendências que se observam. Finalmente, numa terceira parte, equacionarei alguns pontos que, do meu ponto de vista, constituem uma espécie de mapa de questões que deveriam merecer a atenção dos professores e investigadores em jornalismo e dos próprios profissionais e das suas organizações.

UM PERCURSO HISTÓRICO⁵

Cabe referir, em primeiro lugar, que a formação universitária em Ciências da Comunicação ou Comunicação Social surge bastante tarde, em Portugal - nos anos subsequentes à Revolução de Abril de 1974 - mas, ainda assim, antes de surgirem cursos universitários especificamente centrados no campo jornalístico. Na verdade, foi apenas em 1993 que foi criado o Curso de Jornalismo da

2. Como considera Bill Kirtz (2002).

3. Caso de T. Varadarajan (2002).

4. Kirtz, *ibid.*

5. Este ponto utiliza em parte informação recolhida e publicada num texto anterior de Pinto e Sousa (2002).

Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, a que se seguiu, já em 2000, o de Jornalismo e de Ciências da Comunicação, na Universidade do Porto.

No entanto, a vontade e as iniciativas tendentes a criar cursos superiores de Jornalismo são bastante mais antigas. As primeiras tentativas conhecidas e formalizadas de concretizar tal intenção tiveram lugar em 1940, através de uma iniciativa do recém-criado Sindicato Nacional dos Jornalistas⁶. Não avançou, na perspectiva do Sindicato, porque a proposta não colheu apoio oficial. De facto, continuavam e continuariam a verificar-se entre os jornalistas posições bastante divergentes acerca da relevância desta formação⁷. Na segunda metade dos anos 60, quando a sociedade portuguesa registava sinais de um lento acordar da letargia em que o Estado

6. O Sindicato fora criado em 1936, sendo seu primeiro presidente António Ferro, que viria, anos mais tarde, a chefiar o Secretariado da Propaganda Nacional.

7. A título exemplificativo, o jornalista Luís Quadros criticava, em 1942, o “incompreensível ostracismo” a que, segundo ele, as elites culturais dirigentes haviam votado “a mais delicada actividade que uma nação pode ter - a de orientar a opinião pública”, não lhe conferindo graus académicos, ao contrário do que haviam feito para as profissões liberais. No pólo oposto, Pedro Meyer Garção, num artigo publicado em 30 de Junho do mesmo ano, no *Diário de Lisboa* - e ao qual foi atribuído o “Prémio Sindicato Nacional dos Jornalistas”, escrevia: “(...) não há nada que mais espante que o desdém que muita gente afecta pelo jornalismo, considerando-o como o último refúgio das vocações fracassadas. Num país onde pulula o diplomado, que a si mesmo se atribui uma categoria intelectual incomparável, o homem que escreve nos jornais não merece a essa gente a devida consideração (...). Cumpre declarar, antes de mais nada, que é assaz frequente encontrar diplomados medíocres ou com um valor deveras contestável (...). Ao contrário, um jornalista néscio ou ignaro não existe, porque ele próprio, com esses atributos negativos, se estiolaria nas necessidades quotidianas do seu mister. Nas engrenagens de um jornal só se salvam os que possuem autêntico merecimento. O jornalista não tem curso privativo que o habilite a desempenhar a sua actividade mental (...). Mas haverá cursos de talento? Aprende-se em algum sítio aquilo que é mais difícil de fazer, como seja o exprimir com clareza as idéias que se procuram transmitir? Eles que digam, os entes superiores que menoscabam o jornalismo, as torturas que passam quando têm de alinhar sobre a ciência que inculcam possuir. O que lhes sai das mãos é uma massa informe e sem brilho, que o público, mesmo versado, não leria, se algum director a deixasse inserir nas colunas do seu diário. (...) O jornalista exige-se cultura geral, talento de improvisação, qualidades literárias invulgares, agilidade mental, probidade de espírito. Qual é o curso que inscreve estas cadeiras no seu programa? Eis por que todo o jornalista é um autodidacta”.

Novo a mantinha, voltam a surgir, no âmbito sindical, novos esforços para instituir o ensino do jornalismo.

A chamada "Primavera Marcelista" alimentou na Direcção sindical de então a esperança de ver o sonho concretizado. Foi constituída uma comissão para o efeito, foram envolvidos profissionais prestigiados e nomeadamente alguns que haviam obtido diplomas em instituições superiores estrangeiras - Lille, Paris, Navarra, Roma, Madrid - e do trabalho realizado nasceu uma proposta aprovada em assembleia geral do Sindicato, em finais de 1970. Contemplava um curso de nível superior, com a duração de cinco anos que incluía cadeiras teóricas e práticas, sendo que, nos primeiros três anos, as matérias incidiam sobretudo nas ciências sociais e humanas e, nos últimos dois, em dimensões mais especificamente comunicacionais e jornalísticas. Pode parecer estranho que ele não tenha sido concretizado, estando o país, como estava, a debater a liberdade de imprensa e a preparar uma vasta reforma do sistema educativo, liderada pelo ministro Veiga Simão. Analisando hoje o conteúdo desse projecto, torna-se notório que o regime político de então, apesar das contradições internas, continuava a temer uma iniciativa que não controlava e que se propunha concretizar o ensino e a aprendizagem de matérias vedadas na Universidade, como era o estudo da História Contemporânea ou as Metodologias das Ciências Sociais. Enquanto as pesquisas sobre esta matéria não nos permitem entender melhor o que esteve em jogo, valerá a pena deixar levantada a hipótese de que uma das razões para o fracasso da iniciativa sindical tenha residido no facto de, entretanto, estar a desenvolver-se, em paralelo, um projecto com fim análogo, promovido por um grande grupo económico, o grupo Quina, proprietário de vários jornais e revistas (*Diário Popular, Record, Rádio-Televisão*). E a verdade é que a sua *Escola Superior de Meios de Comunicação Social* nasceu em 1973, vindo a ser apanhada pela vertigem dos acontecimentos do período revolucionário e a encerrar portas após Abril de 1974.

Com o dismantelamento das estruturas do aparelho repressivo e autoritário que prevaleceu em Portugal durante quase meta-

de do século XX; com a consolidação da nova ordem constitucional, a democratização do acesso ao ensino e o regresso de muitos intelectuais que haviam feito a sua formação no estrangeiro, foram-se criando igualmente as condições para o surgimento do estudo do jornalismo no ensino superior. O primeiro curso nasce ainda em finais dos anos 70 na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa e irá funcionar como referência para a criação de cursos análogos noutras instituições universitárias públicas. Designados cursos de comunicação social ou de ciências da comunicação, aparecem integrados em escolas ou faculdades ligadas às humanidades e às ciências sociais, valorizando as componentes histórico-filosófica, linguística, sociológica e tecnológica. Em grande parte dos cursos assim concebidos, funcionava um tronco comum nos dois primeiros anos, com opções ou variantes nos dois ou três anos finais. Mesmo o Curso da Universidade Nova, que se assumiu no início como generalista, viria, anos mais tarde, a adotar esta modalidade organizativa. Ou seja: o jornalismo, quando possuía alguma especificidade, coexistia com outras opções como as relações públicas, comunicação publicitária, produção e realização audiovisual, tecnologias da informação e comunicação, etc.

A preponderância da nova oferta da Universidade não deve, porém, fazer esquecer que, desde os inícios da década de 80, começa a ganhar forma uma outra linha de preocupações, oriundas dos próprios meios profissionais dos jornalistas, da qual viriam a resultar propostas autónomas de formação de jornalistas. Assim, de um Encontro de Jornalistas do Norte nasceria, dois anos depois, no Porto, o Centro de Formação de Jornalistas (do qual sairia, em 1985, a Escola Superior de Jornalismo, integrada na rede do ensino superior politécnico). Em 1986, ano da entrada de Portugal para a Comunidade Europeia, constitui-se em Lisboa o Centro Protocolar de Formação de Jornalistas, uma iniciativa que envolveu o Sindicato do sector, as entidades patronais e o departamento governamental ligado à formação profissional. Ambos os centros se voltaram predominantemente para a formação de profissionais em serviço, numa aparente afirmação implícita de que os rumos que

os estudos universitários da comunicação haviam começado a seguir não respondiam às necessidades da profissão jornalística e do jornalismo.

Os anos 90 caracterizam-se por duas linhas que se desenvolvem paralelamente. Uma diz respeito à criação de cursos específicos de Jornalismo no seio da instituição universitária. O primeiro dos cursos surge em 1993, na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra e o segundo surge em 2000 na Universidade do Porto, este com a particularidade de ter nele envolvidos alguns dos responsáveis e docentes da Escola Superior de Jornalismo que inicia então um processo de extinção do seu Curso. A segunda linha de desenvolvimento, nos anos 90, é a que se corporiza na criação de diversos cursos de Jornalismo ou Comunicação nas instituições do Ensino Politécnico públicas e privadas, uma malha de ensino superior criada na década anterior, um pouco por todo o país. Inicialmente vocacionadas para o ensino superior de curta duração e com forte pendor de ligação ao mercado de trabalho, estas instituições viriam a avançar para as licenciaturas, através das possibilidades abertas pela Lei de Bases do Sistema Educativo de 1986: primeiro, os diplomas de estudos superiores especializados e, depois, os cursos de complemento de habilitações.

Importa chamar a atenção para uma vertente relevante para a consolidação e a qualificação do campo dos estudos jornalísticos: a da investigação e publicação de resultados. A este nível, é igualmente a partir de finais dos anos 80 e de forma mais consistente ao longo dos anos 90 que se podem observar os primeiros resultados dos investimentos feitos. Em meados da década de 80, inicia-se o primeiro curso de mestrado em Ciências da Comunicação⁸, na Universidade Nova de Lisboa, com uma área de especialização em Estudo dos Media e Jornalismo, sob a orientação do Prof. Nelson Traquina, o nome de referência no campo, no nosso país. Ele próprio vai aparecer associado a um outro mestrado na mesma área, no Instituto de Estudos Jornalísticos da Faculdade de Letras de

8. Até 1993, este mestrado teve a designação de Comunicação Social.

Coimbra, o qual se inicia em 1998-99. Por sua vez, a Universidade do Minho arranca com este nível pós-graduado em 2001-2002, através de um curso de mestrado em Ciências da Comunicação - área de especialização em Informação e Jornalismo.

Dos mestrados e dos primeiros doutoramentos que comecem a tomar o campo jornalístico como objecto⁹, assim como dos centros de investigação que entretanto se constituem¹⁰, vamos assistindo ao incremento das publicações na área, quer sob a forma de traduções de textos fundamentais, quer sob a forma de publicação de teses e de resultados de pesquisas. Tem sido nos anos mais recentes que se tem assistido a um certo florescimento desse tipo de materiais, factor certamente relevante para o avanço do conhecimento e o reconhecimento académico do campo.

Um sinal do vigor dos estudos jornalísticos a partir dos anos 80 encontra-se nos congressos da SOPCOM - Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação, ela própria expressão da força dos estudos comunicacionais em Portugal. Tanto no Congresso de 1998 como no de 2001, a secção temática de Jornalismo foi das que registou maior participação e foi das primeiras a constituir um Grupo Temático, significativamente designado "Jornalismo e Sociedade".

Decorre de quanto fica dito que, no espaço de 20 anos, Portugal passou de uma situação de deserto a um quadro inflacionário, aquilo a que, numa imagem feliz, Mário Mesquita designou por "milagre da multiplicação dos cursos". Esta proliferação inscreve-se num mais vasto quadro expansionista da oferta do ensino

9. O primeiro doutoramento feito em Portugal surge no ISCTE, e em Sociologia, com a tese de José Manuel Paquete de Oliveira, sobre formas de censura oculta na imprensa portuguesa do pós-25 de Abril.

10. O mais antigo é o Centro de Comunicação e Linguagem na UNL, cuja revista publicou alguns números temáticos de referência sobre jornalismo. Mas há que ter em conta que existem, nestes anos iniciais do século XXI, cerca de meia dúzia de outros centros, quer de natureza pública quer privada, com destaque para o CIMJ - Centro de Investigação em Média e Jornalismo, que agrupa grande parte dos investigadores do campo jornalístico da zona de Lisboa e que possui actualmente XX membros, YY dos quais doutorados.

superior, que começa a ganhar contornos bem definidos a partir de finais dos anos 80, aliado à imagem socialmente positiva associada às profissões da comunicação e dos media e à pressão da procura neste campo específico, visível, de resto, no rápido preenchimento das vagas e nas médias elevadas que se observam nos cursos do sistema público.

Num relatório elaborado em 1996-1997 por Mário Mesquita e Cristina Ponte para a Representação da Comissão Europeia em Portugal e que constitui o trabalho de maior envergadura alguma vez feito no nosso país de recolha e análise de informação sobre os cursos de Comunicação e Jornalismo formulam-se um conjunto de conclusões que mantêm, em grande medida, perfeita actualidade e que resumiamos nos seguintes pontos:

- o modelo instituído pelo curso da Universidade Nova de Lisboa marcou de forma acentuada uma linha de cursos noutras instituições universitárias, valorizando uma sólida formação em ciências sociais e humanas e em ciências da comunicação;
- a autonomia face a possíveis lógicas corporativas e empíricistas assim conseguida teve como contrapartida "um excessivo alheamento das problemáticas teórico-práticas do jornalismo" e "um clima de desconfiança mútua entre as instituições académicas e o meio profissional dos jornalistas"¹¹;
- apenas numa fase subsequente começam a adquirir alguma autonomia as variantes dos cursos e, no âmbito destas, a abordagem dos estudos e das práticas jornalísticas; os anos 90 assistem ao surgimento de cursos universitários especificamente centrados nos estudos jornalísticos e a um certo florescimento da investigação científica e da produção bibliográfica;
- paralelamente à formação universitária, vai desenvolver-se, também ao longo dos anos 90, quer os cursos de ensino superior politécnico quer a formação profissional

11. Mesquita e Ponte (1996/1997: 159).

em serviço, promovida sob a responsabilidade dos próprios jornalistas.

Poder-se-á, assim, afirmar, em jeito de síntese, que, em Portugal, se estabelece uma separação relativamente acentuada entre a formação inicial e a formação em serviço em Jornalismo; que os anos 70 e 80 são anos de lançamento e afirmação dos estudos superiores, bastante enquadrados e marcados pelo "background" das ciências sociais e humanas e pelas ciências da comunicação, e que a década de 90 se destaca como de progressiva autonomização e afirmação do jornalismo como campo autónomo de ensino e de investigação, nomeadamente com o desabrochar da formação pós-graduada¹².

Recortam-se, no percurso do "caso português", três círculos concêntricos: caminhando do mais para o menos abrangente, temos, em primeiro lugar, o círculo da formação sócio-humanística e cultural clássica; segue-se o círculo das ciências que incidem na "problemática da comunicação"; e, finalmente, no centro, o círculo correspondente aos estudos jornalísticos. Este último poder-se-á ainda subdividir entre as disciplinas teórico-epistemológicas e as disciplinas de pendor prático-experimental. A importância de cada uma destas componentes num currículo de formação em jornalismo não parece suscitar problemas de maior. As questões surgem em torno das percepções acerca do peso relativo de cada componente, as quais são função das opções quanto ao modo de entender a formação de profissionais do jornalismo, dos recursos humanos e económicos disponíveis e das qualificações existentes.

O DESAFIO DAS MUDANÇAS NO CAMPO JORNALÍSTICO

Procurando ir além do registo descritivo até aqui adoptado, gostaria agora de chamar a atenção para um vasto conjunto de

12. Para se ver o atraso português neste domínio, em comparação com um país, o Brasil, ao qual Portugal esteve e está historicamente ligado, basta ver que um autor como Marques de Melo (2002: 111) identifica os seguintes períodos de construção das ciências da comunicação no Brasil: a) Desbravamento (1873-1922), b) Pioneirismo (1923-1946), c) Fortalecimento (1947-1963), d) Consolidação (1964-1977), e) Institucionalização (1978-1997).

questões suscitadas pelo percurso que caracteriza o "caso português", que merecem enunciação e aprofundamento. De entre elas, destaco as seguintes:

- seja qual for o tipo de ensino do jornalismo que quisermos considerar (universitário ou politécnico, público ou privado), qual o perfil desejável dos cursos? Que aspectos devem ser tidos em consideração na definição desse perfil?
- Que tipo de relações instituir ou assegurar entre a teoria, a metodologia e a prática?
- Quais as fronteiras do jornalismo? Como equacionar, teórica e empiricamente, a relação do jornalismo e dos jornalistas com os universos substancialmente mais vastos da informação e da comunicação?
- Como criar condições de superação ou, pelo menos, atenuação, do fosso entre o universo académico e o universo profissional? Neste domínio: como incentivar os contactos e as trocas entre as instituições de formação em serviço e as instituições de formação inicial?
- Que sentido pode ter a formação conjunta de diferentes tipos de profissionais da comunicação e dos media? Quais as vantagens e os inconvenientes? Que princípios salvaguardar?
- Que condições implementar para salvaguardar a consistência e a qualidade dos cursos de jornalismo, a sua coerência interna, a lógica de cada uma das disciplinas?
- Que papel devem ter a sociedade e os cidadãos no acompanhamento e aconselhamento da formação dos profissionais do jornalismo?
- Devem as escolas e os cursos orientar-se para as lógicas predominantes no mercado de trabalho (polivalência, *infotainment*, esvaziamento do jornalismo de investigação e da reportagem, produção de conteúdos...) ou acentuar a orientação da formação para o serviço público e para os órgãos jornalísticos de referência?

- Que questões novas são suscitadas à profissão e à formação inicial e contínua pela emergência do jornalismo online e do webjornalismo e, de um modo mais vasto, pelas tecnologias digitais?
- Qual o estatuto do jornalismo na academia? Que grau de reconhecimento possui? Que tendências se detectam?
- Que requisitos devem ser colocados para a docência de disciplinas relacionadas com os estudos jornalísticos?
- Que questões metodológicas específicas suscitam as disciplinas centradas nos estudos jornalísticos? Que implicações decorrem da adopção de uma ou outra metodologia (ex.: trabalho interactivo, de projecto vs. ensino ex cathedra).
- Que processos e mecanismos de validação e avaliação científica e técnica do ensino e da investigação em jornalismo? Que passos dados e a dar ao nível da apresentação de comunicações, da publicação de textos, da troca de informação, dos instrumentos básicos de apoio?

As questões são certamente muito mais numerosas e é bem provável que muitas bem mais importantes do que estas não se encontrem aqui formuladas. Deixo-as como tópico para futuros debates, quer no âmbito português (em particular do GT de Jornalismo e Sociedade, da SOPCOM) quer no âmbito das trocas e debates com outras realidades político-culturais, como acontece no quadro deste congresso.

Não considero, no quadro desta análise, a posição daqueles que entendem que não faz sentido existir um curso de formação de nível superior em Jornalismo¹³. Embora seja certo que os requisitos para o ingresso na profissão não passam nem pela exigência de um diploma em Jornalismo nem por qualquer outro

13. Já em 1904 Joseph Pulitzer, ao formular o seu sonho de uma escola de formação de jornalistas (que viria a ser a da Universidade de Columbia) interrogava: “Será que o homem que desempenha o papel de crítico e de professor de toda a gente é precisamente aquele que não precisa de ser ensinado?”. A este mesmo propósito, observa João Correia: “Sem quaisquer preocupações de ser acusado de elitismo, parece-me extremamente perigoso entregar uma das mais exigentes profissões intelectuais que se praticam em Portugal ao puro didactismo” (s/d).

diploma de nível superior, a lógica das coisas tem feito com que um cada vez maior número de novos profissionais sejam oriundos dos cursos de comunicação e jornalismo. As relações de proximidade e de interação que estes cursos possibilitam entre a academia e os contextos profissionais e empresariais fazem crescer significativamente a probabilidade de o recrutamento ocorrer entre diplomados desses cursos. Por outro lado, tem sido notório que muitos jornalistas, mesmo entre aqueles que mais críticos se têm mostrado relativamente ao ensino de nível superior em jornalismo, não só se envolveram de formas diversas na actividade docente, como ingressaram, alguns deles, em cursos específicos, planeados para poderem conferir o grau de licenciado. Mais do que debater se devem existir cursos de jornalismo parece ser mais produtivo e fecundo debater que requisitos, características e dimensões devem esses cursos reunir, de forma a responderem, em simultâneo, aos padrões científico-pedagógicos de consistência e de rigor, ao papel sociocultural e político do jornalismo na sociedade e às exigências de um contexto empresarial e profissional em acentuada mudança.

Pela minha parte, limitar-me-ei, no âmbito deste texto, a propor alguma reflexão sobre duas dessas questões. A primeira refere-se às transformações que se verificam no campo jornalístico e ao modo como desafiam quantos se ocupam da formação de futuros jornalistas. A outra tem a ver com as interações entre a teoria e a prática.

Escrevia Walter Lippmann, há mais de 80 anos, que "numa sociedade em que a opinião pública se tornou decisiva, nada do que é relevante na sua formação pode ser considerado indiferente" (in Adam, 2001: 316). A afirmação continua a ser válida hoje, com este dado significativo: o conceito e a realidade empírica da opinião pública complexificaram-se de forma evidente, designadamente através dos factores e dos agentes que concorrem para a sua formação.

A simples possibilidade de se multiplicarem os pontos de produção, edição e disponibilização de informação acessível em linha, frequentemente "desintermediando" e matizando a relação entre as fontes e os públicos, constitui um acontecimento da maior

envergadura, com profundas incidências no papel do jornalismo e dos jornalistas. É certo que estas tendências comportam riscos e ameaças, decorrentes da proliferação de informação de valor e fiabilidade muito discrepantes entre si. Mas também é certo que o mesmo fenómeno abre campo à voz de actores e sectores que dificilmente dispunham de vias eficazes de se dirigir ao grande público. Qual o saldo destas tendências de sinal por vezes contraditório é matéria ainda em aberto. Mas que nos dá a noção da profundidade e alcance das mudanças que se estão a operar.

Se é verdade, como tem sido observado, que se torna decisivo, nos dias, dotar os cidadãos de competências básicas de análise crítica da informação cada vez mais caudalosa a que têm acesso, não será esse, por maioria de razão, um desafio que a formação de jornalistas não pode deixar de enfrentar?

Complementarmente: alterando-se de forma radical o volume, a natureza da informação disponível e circulante e as assimetrias socioculturais relativamente a essa informação, que redefinição importa operar no lugar e nas formas de agir dos jornalistas? Que redefinição de fronteiras se torna necessário fazer entre a informação tipicamente jornalística e os restantes tipos de informação? A resposta de que ao jornalista compete fazer o seu papel de sempre tem a sua pertinência, mas já não é certamente satisfatória.

Por outro lado, torna-se necessário repensar o paradigma do jornalismo que serve de referência no seu ensino e que tende a tomar as chamadas *hard news* (política, economia e internacional, sobretudo) como terreno nobre e tendencialmente hegemónico. Nesta perspectiva, as histórias de gente comum, as "histórias de interesse humano", tenderiam a ser recambiadas para o terreno do sensacionalismo (Rosenbaum, 2002; Correia, s/d). A dependência e a proximidade dos poderes e do espectáculo que eles tendem a alimentar criam, como reverso da medalha, enormes zonas de nevoeiro e penumbra que o jornalismo de mainstream tem dificuldade em romper. Provavelmente, nem tudo aquilo que é etiquetado como informação tabloide, informação *light* ou *infotainment* deveria ser recambiado para o baú das matérias sem interesse aos olhos do jornalismo dito

sério. Merece, pelo menos, um pouco de atenção interrogativa a ideia de que o *fait-divers* possa constituir a ponta de um novelo e a porta de entrada num universo que o chamado grande jornalismo remete altiva e apressadamente para a categoria da informação-espectáculo, se não pura e simplesmente para o caixote do lixo.

Sabemos bem que o jornalismo se orienta cada vez mais para o mercado e pauta os critérios que levam a eleger o que é notícia pelo índice de interesse e agrado que desperta nos destinatários. Mas não distinguir o que é exacerbação dos factos e exploração miserável e descarada dos dramas humanos do prospectar de novos universos, actores e problemáticas sociais e culturais é atitude e modo de agir que decorre de uma atitude preconceituosa e sobranceira e redundante num reducionismo empobrecedor.

Perspectivado do lado da formação em jornalismo, esta questão é mesmo susceptível de favorecer e potenciar a clivagem entre o mundo do ensino e o mundo profissional, na medida em que o referencial que é objecto de estudo e trabalho pouco tem que ver com a realidade dominante na maioria das redacções. Esta orientação "esquizofrénica" pode converter-se, assim, num factor que, paradoxalmente, reduz a margem do jornalismo de referência e reforça o jornalismo mole e sensacionalista.

Como se vê, é uma discussão sobre o próprio jornalismo que se torna necessário fazer, quando pretendemos reflectir sobre a formação de futuros jornalistas.

A tensão entre a teoria e a prática, que é um tema recorrente na história da formação em jornalismo, é também, digamos assim, uma tensão inevitável e, de certo modo, nunca definitivamente resolvida. O que é problemático é o fosso que continua a existir entre um lado e o outro, isto é, do lado da academia e do lado dos profissionais e das empresas. As proposições do tipo "não há nada mais prático do que uma boa teoria" ou de que "a teoria é mais importante do que a prática"¹⁴ constituem argumentos que servem frequentemente para consolidar a dissociação existente entre as duas esferas. Por outro lado, as proposições de que "os cur-

14. Veja-se a crítica deste argumento em Meditsch (1999).

tos de jornalismo são excessivamente teóricos e distantes do universo profissional", desejando porventura afirmar com isso que "a verdadeira escola de jornalismo é a experiência e a tarimba", constitui o outro extremo que bloqueia as pontes de comunicação.

Pela minha parte, tendo a considerar que onde verdadeiramente se aprende a praticar jornalismo é, de facto, nos diferentes contextos das redacções e das empresas jornalísticas. Por muito desenvolvida que se encontre, no âmbito dos cursos, a componente laboratorial e a produção de meios jornalísticos "reais", é quase impossível replicar, em contexto de ensino-aprendizagem, as condições de uma redacção profissional, com as condicionantes de estratégia editorial-empresarial, recursos, timings. Por outro lado, nem sequer é seguro que os equipamentos tecnológicos que servem de referência num determinado momento sejam aqueles que o futuro profissional encontrará, uma vez entrado no mercado de trabalho.

Tal não significa que as componentes práticas e laboratoriais do ensino do jornalismo não sejam fundamentais e não devam ter uma expressão e um estatuto claros nos planos de estudo. Significa, isso sim, que ao sair da escola ou do curso, o diplomado em jornalismo não é um profissional. As escolas ou cursos de jornalismo não formam profissionais, formam diplomados que, na melhor das hipóteses, reúnem um conjunto de condições, competências e requisitos para eventualmente o virem a ser, enquadrados pelos seus pares e inseridos nas hierarquias das redacções. Ora, é justamente nestas condições, competências e requisitos que vale a pena focalizar a nossa reflexão.

Um problema central que se coloca no âmago da formação inicial em jornalismo é o conceito de notícia e a aprendizagem do que é notícia. Tal como o gosto, a capacidade de identificar o que é notícia não é inato. Pode haver idiossincrasias que favoreçam tais capacidades, a ponto de se falar, por vezes, em "faro" para as notícias. Contudo, ver o que é potencialmente notícia na multiplicidade de eventos, situações e sinais que se nos oferecem de forma magmática e até tumultuosa e, sobretudo, ver o que é notícia em tudo aquilo que não se nos oferece à vista desarmada e que exige

atenção e argúcia, mas também instrumentos específicos de análise, de comparação e de verificação - eis uma das grandes questões que o ensino do jornalismo não pode deixar de considerar. "Quem escreve sobre o mundo tem que lançar sobre ele um olhar cada vez mais avisado" (J. Correia, s/d). E esse "olhar avisado" provém necessariamente de um vasto leque de domínios do saber que concorrem para o seu aprofundamento e sofisticação. Como salientava, não há muito tempo, Carlos Chaparro (1999), "a exigência comum em todos os segmentos é a de jornalistas pensantes, criativos, com boa formação intelectual, domínio de pelo menos duas línguas e com aptidões multimédia".

INTERACÇÃO TEORIA - PRÁTICA

Fenómenos como a multiplicação da informação, o desenvolvimento de sistemas complexos, de alargamento de problemáticas, de velocidade crescente das inovações, nomeadamente tecnológicas, de globalização e interdependência torna-se um requisito a aquisição de instrumentos e dispositivos teórico-metodológicos transponíveis, adaptáveis a novas circunstâncias e a novos contextos. Também por isso, vale a pena interrogar a distinção que é habitualmente feita no mundo académico e fora dele entre disciplinas teóricas e disciplinas práticas. Porque este é um modo de categorizar que, independentemente do peso relativo de um e outro pólo, consagra a cisão entre os dois universos, tornando praticamente impossível desencadear dinâmicas reflexivas em torno das ditas "práticas" e interrogar, a partir das práticas, as ditas "teóricas". As consequências desta cesura são assim descritas pelo investigador brasileiro Eduardo Meditsch: "a parte prática não se desenvolve, fica condenada a ser uma prática burra, e a teoria, por sua vez, reproduz-se indefinidamente sem rumo e sem capacidade de agir sobre a realidade".

Sustento, assim, que se torna urgente trabalhar uma perspectiva ecuménica abrangente, da formação em jornalismo¹⁵. Mas

15. Skinner et al. (2001) chamam-lhe "abordagem holística", segundo a qual o jornalismo seria "uma prática institucional de representação com as suas próprias condições de existência históricas, políticas, económicas e culturais".

não uma formação eclética. Não um somatório mas um concerto de dimensões, em que os vários naipes - da filosofia, da sociologia, da cultura, da política, da linguagem, da comunicação, da tecnologia - encontrem modo de se articular entre si. Não se trata apenas de proporcionar aos estudantes um "enquadramento" ou uma "fundamentação teórica" para as práticas, mas de criar as condições para compreender o modo como o jornalismo "participa no processo de produção e de circulação de sentido nas nossas sociedades" e, por essa via, representa "uma parcela de um muito mais vasto processo de comunicação na vida social" (Skinner et al., 2001: 342).

O reconhecimento, selecção, elaboração e apresentação das notícias; as matérias que são objecto de representação (e - fundamental - as muitas mais que são remetidas para o limbo do "não dito"); os contextos institucionais e profissionais; os quadros normativos e culturais que servem de referência ao jornalismo; os modos socialmente diferenciados como o "output" jornalístico é recebido, significado e apropriado pelos diferentes actores e grupos sociais - tudo isto está longe de ser matéria simples, impossível de reduzir a uma lógica de "certo" ou errado. Tudo isto, em suma, supõe estudo aturado, pesquisa e reflexão individual, a fim de atenuar, tanto quanto possível, as permanentes ameaças da ignorância, enviesamento, ingenuidade e superficialidade. É também aqui que se pode encontrar alguma da razão de ser para que a formação superior da maioria dos candidatos à profissão se faça em jornalismo e media.

Neste sentido, não vejo que seja relevante se a formação se faz no ensino público ou no privado, no universitário ou no politécnico. O que é decisivo é a solidez científico-pedagógica do ensino, a constituição de equipas que interagem no seu seio e que capitalizam e constroem conhecimento e memória, tendo presente a relevância do jornalismo para a sociedade e para o sistema democrático. Ora isto quer dizer que, como alertou Mitchell Stephens, professor de Jornalismo na New York University, para o trabalho de exploração de novos modos de fazer jornalismo e de ser jornalista, "precisaremos de novos programas", mas também "precisaremos de novos professores"¹⁶.

16. M. Stephens, 2000.

O que vale a pena perguntarmo-nos é, para voltar à Columbia Graduate School of Journalism, "se temos em mente um entendimento alargado daquilo que deve ser o currículo de uma escola de jornalismo". E, para que tal ocorra necessário se torna trazer o público, a sociedade que o jornalismo serve, para o centro dos debates. Esse foi um dos méritos da decisão de Bollinger, ao tomar as medidas que tomou. Tornou o debate público, ou seja, tornou o ensino do jornalismo matéria de algum modo sujeita ao escrutínio público, um ponto que considero especialmente relevante.

BIBLIOGRAFIA

- Adam, C. Stuart (2001). "The Education of Journalists" in *Journalism: Theory, Practice and Criticism*, vol. 2 (3), Dezembro.
- Chaparro, Carlos (1999). "Cada Vez Mais Perto das Fontes e da Internet", in *O Ribatejo*, 3 de Junho de 1999.
- Correia, Fernando (1995). *Contributo para o Estudo do Ensino de Jornalismo em Portugal*. Lisboa (fotocopiado).
- Correia, João (s/d). *Algumas Reflexões sobre a Importância da Formação Universitária dos Jornalistas*. BOCC: www.bocc.ubi.pt (acedido em 28 de Setembro de 2002).
- Kirtz, Bill (2002). "Don't Academize Columbia J-School". *Editor & Publisher Online*, 20 de Agosto.
- Marques de Melo, J. (2002). "Para Uma História das Ciências da Comunicação no Brasil" in *Actas do I Congresso da SOPCOM*. Lisboa: Editorial Vega.
- Meditsch, Eduardo (1999). *Crescer Para os Lados ou Crescer Para Cima: o Dilema Histórico no Campo Académico do Jornalismo*. Comunicação apresentada no XXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação. Rio de Janeiro, 7-8 de Setembro. Disponível em: www.ufsc.br/bancodedados/medistch-dilema.html (acedido em 20 de Setembro de 2002).
- Mesquita, Mário; Ponte, Cristina (1996-1997). *Situação do Ensino e da Formação Profissional na Área do Jornalismo*. Estudo elaborado para a Representação da Comissão Europeia em Portugal.
- Mesquita, M. (1995) "Comunicação e Jornalismo (I): Milagre da Multiplicação dos Cursos" in *Diário de Notícias*, 5 de Janeiro de 1995.
- Pinto, Manuel; Sousa, Helena (2003). "Journalism education at Universities and Journalism Schools in Portugal" in Frohlich, Romy & Christina Holtz-Bacha (eds.), *Journalism Education in Europe and North America, an International Comparison*. Hampton Press.

Skinner, D.; Gasher, M.; Compton, J. (2001). "Putting Theory to Practice - a Critical Approach to Journalism Studies" in *Journalism: Theory, Practice and Criticism*, vol. 2 (3), Dezembro, pp. 341-360.

Stephens, Mitchell (2000). "A J-School Manifesto" in *Columbia Journalism Review*, Set./Out. 2000.

Rosenbaum, R. (2002). "Columbia's J-School Needs to Consider Trollopian Retooling" in *The New York Observer*, 26 de Agosto.

Traquina, Nelson (2002). *Jornalismo*. Coleção "O que é". Lisboa: Quimera.

Varadajan, Tunku (2002). "Who Needs Dr. J.? Columbia's President Right to Call for Journalism-School Reform" in *The Wall Street Journal*, 26 de Julho.

O MEIO JORNALÍSTICO NO PORTUGAL DE HOJE: EVOLUÇÕES RECENTES E DILEMAS PERSISTENTES*

*Joaquim Fidalgo***
Universidade do Minho

Há algumas semanas, iniciou-se em Portugal, no âmbito do Sindicato dos Jornalistas - que é uma instituição nacional e única -, o processo de constituição de um novo núcleo: o Núcleo Sindical dos Jornalistas "On-line". Explicando a sua necessidade face a novas realidades do universo mediático, um dos promotores da iniciativa alertava para a falta de legislação específica neste domínio e dizia assim: "Não existe nada que permita regular o sector, ao nível, por exemplo, do direito de resposta ou da distinção entre produto jornalístico e produto promocional" (sublinhado meu)¹. O mesmo jornalista insistia que "a definição do que é um trabalho jornalístico no âmbito de uma actividade 'on-line' é mesmo fundamental para a credibilização do jornalismo digital", deixando subentender a particular dificuldade a tarefa face à diversidade de funções exercidas pelos profissionais empregues em órgãos de comunicação social digitais"². [Sublinhados meus].

Este é, afinal apenas mais um exemplo - particularmente visível e particularmente actual, não só em Portugal como por todo o lado - de como à tentativa de resolução de velhas interrogações sobre a identidade dos jornalistas e a especificidade da sua função (Albert, 1970; Delporte, 1999; Mathien, 1995; Neveu, 2001;

* Este trabalho inscreve-se no projecto de investigação colectivo "MEDIASCÓPIO - Estudo sobre a reconfiguração do campo da comunicação e dos media em Portugal", em curso no Núcleo de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, e financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT), através do Programa Sapiens.

** Jornalista, ex-Provedor do Leitor do jornal *PÚBLICO*, professor no Departamento de Ciências da Comunicação / Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho.

1. Ver "Precariedade dos jornalistas 'on-line' aumenta em Portugal", in *PÚBLICO*, ed. 29/8/2002, p. 33.

2. Ibidem.

Ruellan, 1997; Traquina, 2002) se acrescentam, hoje, novos dilemas, novas indefinições e novos desafios. Ou, no mínimo, se reforçam as dúvidas e ambiguidades que, de algum modo, sempre foram marcando a tentativa de construção de um espaço profissional autónomo e claramente delimitado por parte dos jornalistas, seja no plano geral da sociedade, seja no domínio específico da comunicação.

Acresce que esta não é uma questão que possa reduzir-se a uma espécie de reivindicação corporativa ou à vaidade de afirmação de uma especificidade - com o que tal significaria de utilidade, para não dizer de carácter até imprescindível ou mesmo insubstituível da profissão de jornalista. Esta indefinição persistente, esta mistura de papéis, esta diluição de fronteiras entre ofícios no campo da comunicação (a que parece corresponder também uma diluição, ou uma confusão, das responsabilidades específicas de cada um), tem repercussões que extravasam o âmbito individual e colectivo dos jornalistas, afectando o modo como o seu trabalho é visto e recebido pela sociedade a que se destina. Afectando, portanto, o papel da informação no plano social.

A uma *crise de legitimidade* e a uma *crise de identidade* que são recorrentes na reflexão que os jornalistas fazem sobre si próprios soma-se, assim, uma *crise de credibilidade e de confiança* que é patente no modo cada vez mais céptico como os cidadãos encaram e digerem a informação que recebem, bem como o modo como classificam (ou julgam) os actores mais visíveis do processo informativo. Uma recente sondagem realizada pela BBC para avaliar quais as profissões mais e menos respeitadas pelo público britânico colocava os jornalistas num desconfortável 88º lugar (a lista tinha 92 profissões), apenas à frente de advogados, ministros, agentes imobiliários e deputados³. Não deixa de ser curioso notar que os jornalistas são colocados, em termos de respeito público, ao nível (tradicionalmente bastante baixo) dos políticos, e muito longe dos profissionais que prestam serviços mais palpáveis à comunidade, como os médicos, os enfermeiros, os professores ou

3. Ver *The Guardian*, edição de 29/05/02 (consultada a versão "on-line").

os bombeiros - as profissões que ocupavam os primeiros lugares nesta sondagem da BBC...

Passemos em revista, rapidamente, alguns dados sobre a evolução recente deste grupo profissional em Portugal.

1 OS JORNALISTAS SÃO CADA VEZ MAIS

Embora as tendências mais recentes apontem para uma clara recessão no mercado de trabalho dos jornalistas, as últimas duas décadas revelaram uma forte taxa de crescimento quanto ao número de profissionais (ver Gráfico 1).

Em vinte anos, quase triplicou o número de jornalistas profissionais em funções activas, tendo os dois últimos grandes momentos de expansão deste mercado sido o início de funcionamento dos canais privados de televisão (1992) e o desenvolvimento de edições electrónicas dos jornais (processo iniciado em 1995), cada vez mais autonomizadas deles e alargando o seu raio de acção a novos serviços informativos.

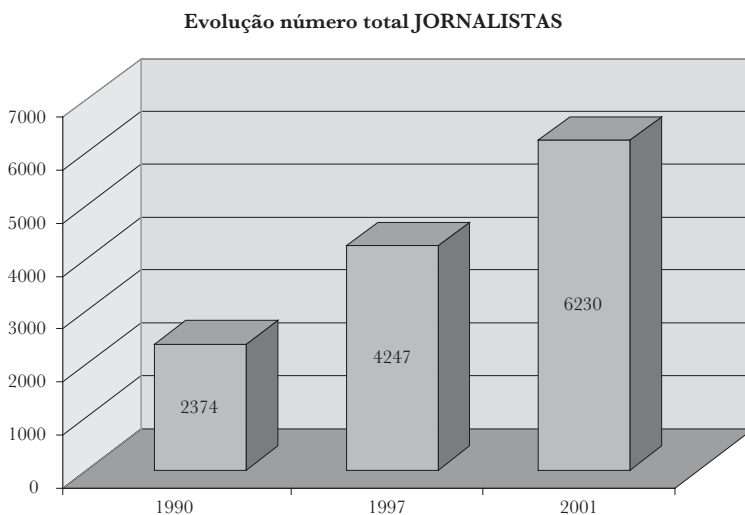


Gráfico 1. Fonte: Sindicato dos Jornalistas (SJ) e Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (CCPJ).

O número de 6.230 profissionais em actividade no meu país, referido ao biénio 2000/01, inclui apenas os titulares de carteira profissional de jornalista (5.794) e os titulares de título provisório de jornalista estagiário (436). Se lhes acrescentarmos os detentores de outro tipo de títulos igualmente certificados pela Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (CCPJ) - equiparados a jornalistas (289), correspondentes locais (6), correspondentes estrangeiros (50), colaboradores regionais (107), colaboradores especializados (11), colaboradores nas comunidades portuguesas (4) -, o número global sobe para 6.697.

Naturalmente, haveria ainda a considerar, para um levantamento mais rigoroso da quantidade de pessoas envolvidas na área informativa dos meios de Comunicação Social, uma cifra razoável (mas não contabilizada, e dificilmente contabilizável, por razões óbvias) de colaboradores em "full" ou "part time" que, sem preencherem os requisitos de acesso a um título profissional ou sem se preocuparem em o obter, asseguram o funcionamento de muitos jornais e rádios de âmbito local ou regional.

Há indícios vários de que esta tendência expansionista já entrou em desaceleração, se não mesmo em regressão. Ao longo deste ano, vêm-se sucedendo as notícias sobre reduções de pessoal nas redacções de muitos órgãos de comunicação bem conhecidos (*Público*, *Diário de Notícias*, *Expresso*, *Jornal de Notícias*, RTP, SIC), alguns deles com inquestionável solidez económico-financeira e até com lucros declarados nos últimos anos. Por um lado, a retracção da publicidade já verificada em 2001 e continuada este ano, sem grandes perspectivas de retoma, afectou a rentabilidade das empresas - convém não esquecer que, num mercado tão pequeno como o português, em que as tiragens dos maiores jornais diários só excepcionalmente atingem a cifra dos 100 mil exemplares, é percentualmente muito elevada a dependência das receitas publicitárias. Por outro lado, as extensões electrónicas dos *media* tradicionais (sejam os da imprensa escrita, sejam os da televisão) estão claramente em retracção, depois do grande entusiasmo dos primeiros passos, pois permanecem adiadas (porventura "sine

die"...) as perspectivas de rentabilização de um serviço que, embora cada vez mais utilizado pelos portugueses, continua a ser distribuído gratuitamente na generalidade dos casos e a não atrair publicidade que pague sequer os investimentos em tecnologia ou em pessoal.

2 HÁ CADA VEZ MAIS MULHERES JORNALISTAS

No que toca à distribuição por género, é patente uma presença cada vez mais forte das mulheres no universo do jornalismo profissional em Portugal. Se o número de jornalistas homens pouco mais que duplicou entre 1990 e 2001 (de 1.772 para 3.867), o de jornalistas mulheres quase quadruplicou (de 602 para 2.363), aproximando-as em termos percentuais: eram 25,4 por cento do total há 20 anos, constituem hoje 38 por cento do universo dos jornalistas (ver Gráfico 2).

Esta tendência é particularmente visível, como se imaginaria, nos escalões mais jovens da profissão. De entre os titulares de carteira profissional com menos de 30 anos, o número de mulhe-

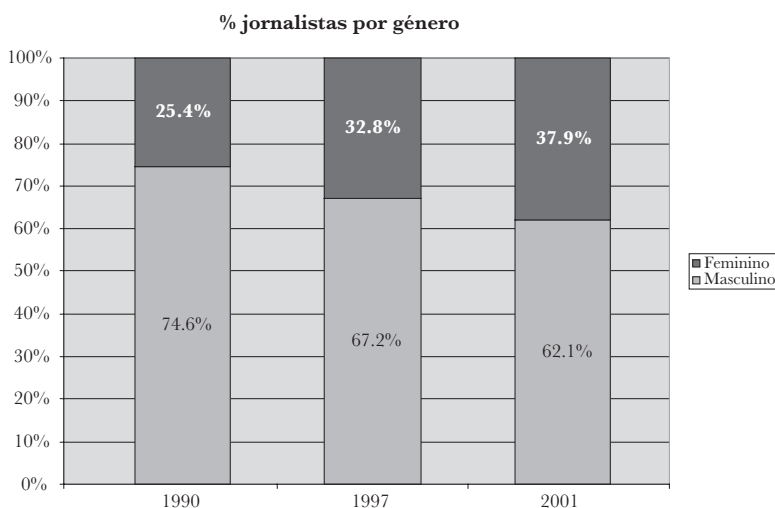


Gráfico 2. Fonte: Sindicato dos Jornalistas (SJ) e Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (CCPJ).

res é já mais elevado que o de homens (798 contra 649); do mesmo modo nos detentores de título provisório de jornalista estagiário, onde temos 222 mulheres e 214 homens.

Questão diferente será saber até que ponto estas alterações *quantitativas* (que deverão prosseguir e até reforçar-se, a avaliar pela esmagadora preponderância do género feminino entre os estudantes de cursos das áreas da comunicação nas escolas portuguesas) significam também alguma alteração *qualitativa*, alargando o leque de perspectivas e pontos de vista na abordagem dos acontecimentos (Rieffel, 2001), e com isso enriquecendo o panorama de um espaço público tradicionalmente muito marcado pela preponderância do "masculino". Um dado parece claro: a entrada de mais mulheres na profissão não tem tido uma correspondência proporcional (talvez por se tratar de um processo ainda recente, mas talvez não só...) na ocupação de *cargos de chefia*, onde os homens ainda são a regra. Uma amostra disso mesmo pode verificar-se na distribuição dos jornalistas por género no conjunto de três dos mais importantes diários portugueses: *Jornal de Notícias*, *Diário de Notícias* e *Público*. Dados por mim recolhidos em 2001 revelam que, no conjunto das três redacções, havia 64 por cento de jornalistas do género masculino e 36 por cento do género feminino. No entanto, olhando apenas para as posições de chefia, veríamos que 84 por cento dos cargos eram ocupados por jornalistas-homens, enquanto apenas 16 por cento eram ocupados por jornalistas-mulheres...

3 HÁ CADA VEZ MAIS JOVENS JORNALISTAS

Acompanhando esta tendência de maior "feminização" do grupo profissional dos jornalistas portugueses, também a pirâmide etária tem evoluído no sentido de uma notória "juvenilização". O número de jornalistas com idade inferior a 30 anos mais do que triplicou entre 1990 e 2001 (de 556 para 1.818 profissionais), enquanto o grupo dos mais velhos, com idade acima dos 45 anos, apenas duplicou (de 709 para 1.443 profissionais). Como resultado, a presença percentual dos escalões mais jovens no universo do

grupo profissional reforçou-se claramente: em 20 anos, passou de 23,4 por cento para 29,2 por cento do total (ver Gráfico 3).

Atentando mais em pormenor nos dados relativos a 2001, verificamos que o sub-grupo etário mais numeroso é o dos jornalistas com idade entre os 26 e os 30 anos - 1504 profissionais -, logo seguido do sub-grupo com idades entre os 31 e os 35 anos - 1.369 profissionais - e do sub-grupo com idades entre os 36 e os 40 anos - 1.001 profissionais. É, portanto, uma profissão marcadamente jovem, sobretudo como resultado da sua forte expansão em anos muito recentes.

É legítimo admitir que esta tendência trouxe alguma frescura e novas sensibilidades (quer temáticas, quer formais) a uma profissão frequentemente olhada como envelhecida, instalada e até sorumbática. Não obstante, tratando-se de um ofício onde os "saberes de acção" (Barbier, 1996) têm uma importância muito particular e onde o acumular de experiência em contacto directo com a cultura profissional do grupo é especialmente relevante para

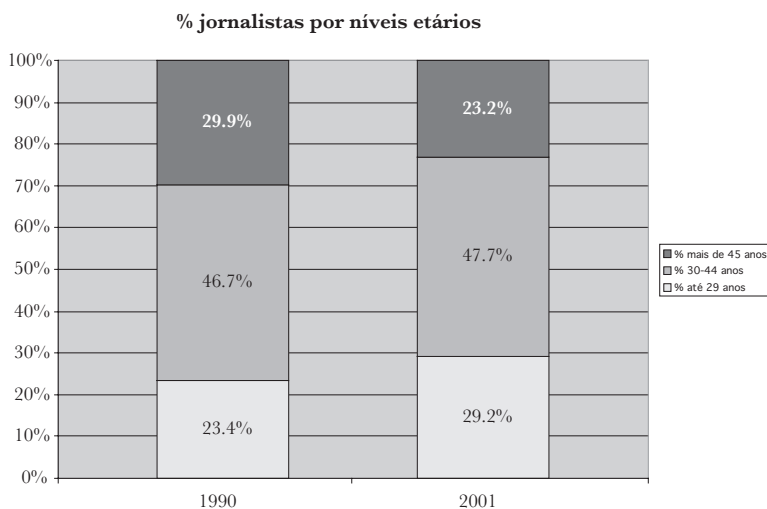


Gráfico 3. Fonte: Sindicato dos Jornalistas (SJ) e Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (CCPJ).

a formação dos jornalistas, a presença de muitos jovens nas redacções também tem criado novos problemas.

Sabendo-se, como se sabe, que há uma curiosa tendência para entregar aos mais jovens a maioria dos trabalhos "de campo" (sobretudo a reportagem), ficando-se os mais experientes pelo trabalho de rectaguarda, sentados à secretária, somos por vezes confrontados com importantes insuficiências profissionais - das quais serão, talvez, menos culpados os jovens jornalistas que tentam dar o seu melhor em situações complexas, e mais os velhos chefes que lhes faltam no imprescindível enquadramento. Por exemplo, "aguentar" um directo em televisão durante minutos e minutos, em cenários por vezes de grande complexidade informativa e de grande impacto emocional (como são acidentes graves, catástrofes naturais, tragédias envolvendo mortos e feridos), não é fácil para qualquer jornalista, e muito menos para quem tenha acabado de chegar ao "métier". Ora, em Portugal, com muita frequência são os mais jovens que são lançados para estes tremendos desafios, quando seria da mais elementar prudência reservá-los para profissionais experientes.

Por outro lado, um certo endeusamento de uma maneira "jovem" e "inovadora" de estar no jornalismo, tendo embora enormes virtualidades, acaba por conduzir a projectos de grande fragilidade quando não é temperado com algum alicerce de experiência e calo profissional. As experiências recentes, em Portugal, de duas pequenas estações de televisão por cabo muito "modernas" e muito "jovens" - uma (o CNL - Canal de Notícias de Lisboa) totalmente falhada e entretanto reconvertida, outra (o NTV - Televisão do Norte) quase morta à nascença mas agora em recuperação, depois de reorientado o projecto primitivo - aí estão para o mostrar e para, de algum modo, nos deixar o alerta.

4 HÁ CADA VEZ MAIS JORNALISTAS COM FORMAÇÃO ACADÉMICA ESPECÍFICA

Num inquérito que fiz, em 2001, nas redacções de três dos principais diários portugueses (*Jornal de Notícias*, *Diário de Notícias* e *Público*), e com base numa amostra correspondente a mais de

metade dos seus jornalistas⁴, pude constatar que cerca de 50 por cento deles afirmavam ter alguma formação académica específica nos domínios das Ciências da Comunicação, mesmo que em diversos casos se tratasse de cursos incompletos. Para um país com uma tradição recentíssima no que toca à criação de cursos superiores de Comunicação e de Jornalismo⁵, é uma percentagem muito elevada e até surpreendente - independentemente de dever ressaltar-se que estes dados correspondem a uma amostra, logo falível, e se reportam apenas a três jornais portugueses (dos quais dois diários claramente "de referência") que talvez não devam tomar-se como a imagem média da Comunicação Social portuguesa actual.

O certo é que, embora continue a não ser exigido qualquer diploma de estudos superiores em domínios das Ciências da Comunicação para aceder à carreira profissional de jornalista, nos anos mais recentes pode dizer-se que a quase totalidade de novos jornalistas tem sido recrutada entre os diplomados do sector⁶. Sucede isto, na prática, por aquilo a que chamaria "mecanismos informais" de selecção e recrutamento.

Excluindo casos pontuais de lançamento de novos órgãos de comunicação, em que se procede a concursos públicos para a contratação de novos (ou candidatos a) jornalistas, as contratações actualmente feitas pelos *media* decorrem quase sempre de estágios profissionalizantes. Muitos órgãos de comunicação portugueses recebem, regularmente, licenciados ou finalistas de cursos superiores de Jornalismo ou Comunicação Social, seja por força de protocolos firmados com as escolas - tendo em vista a concessão de um

4. Foram recebidas 252 respostas, num total de 457 inquéritos enviados, o que significa uma taxa de respostas da ordem dos 55 por cento. O inquérito abordava matérias relacionadas com o Provedor do Leitor mas foi aproveitado também para recolher alguns elementos que permitam caracterizar melhor os jornalistas portugueses na actualidade.

5. O primeiro destes cursos foi criado apenas em 1978, na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa, e a maioria dos restantes surgiu nos últimos 20 anos.

6. E há centenas de novos diplomados em cada ano, pois só no ensino público (universitário e politécnico) entram anualmente, nos cursos mais directamente ligados à Comunicação Social e ao Jornalismo, cerca de 1.000 alunos.

estágio curricular, considerado parte do curso -, seja por sua livre iniciativa. Há mesmo, aqui e ali, algumas queixas de aproveitamento excessivo, por parte de alguns *media*, de levadas sucessivas de estagiários, que se vão menos formando e mais usando como mão-de-obra gratuita durante três ou seis meses, com garantia de uma permanente renovação, tal a pressão da procura...

Na prática, os jornais, rádios e televisões acabam por testar os estagiários que recebem e, quando precisam de alargar os seus quadros, recorrem naturalmente a jovens candidatos à profissão que eles já conheceram, que já integraram na cultura específica do seu projecto editorial e de que podem seleccionar os melhores. Assim, por este mecanismo do estágio, as novas contratações acabam por ser feitas (com evidentes vantagens para os *media*) quase exclusivamente entre licenciados da especialidade. A lei não obriga a tal em Portugal - e será difícil que lá chegue nos tempos mais próximos, dada a insistência do grupo profissional dos jornalistas nas vantagens de manter o carácter "aberto" desta profissão -, mas as condições concretas e o costume generalizado acabam por conduzir a esse resultado. Daí que, entre os jovens jornalistas portugueses, hoje praticamente não se encontre um só que não tenha feito estudos superiores nesta área.

5 HÁ CADA VEZ MELHOR JORNALISMO?

Descrita rapidamente a situação, em termos de alguns novos ventos que sopram na configuração concreta desta profissão em Portugal, seria então de fazer a pergunta óbvia:

Há hoje mais jornalistas, há mais jornalistas jovens, há um grupo profissional mais equilibrado em termos de género, há mais jornalistas (novos e velhos) com formação científica especializada de nível superior - e disso decorre, então, que há *melhores jornalistas*, que há *melhor jornalismo*?

A resposta, naturalmente, não é fácil.

Desde logo, deve sublinhar-se que a qualidade do jornalismo que se faz depende de condições inerentes aos jornalistas, mas depende tanto ou mais de condições que lhes são exteriores - as do

contexto empresarial em que a actividade é exercida, as do sistema mediático com as suas lógicas particulares, as do mercado, as do todo social. E se podemos dizer que, hoje em dia, chegam às redacções profissionais mais bem preparados em termos culturais, científicos e técnicos, não é menos verdade que os espera um terreno mais movediço do que outrora, mais indefinido, mais volúvel, mais precário, mas simultaneamente mais pressionante, mais competitivo, mais exigente.

Uns breves tópicos, a este respeito:

a) A tecnologia

Os desenvolvimentos tecnológicos da última década (digital, internet, acessibilidade e facilidade de comunicações, portabilidade de equipamentos, convergência e integração de suportes comunicativos), ao mesmo tempo que abriram muitas e novas possibilidades ao trabalho dos jornalistas, também redefiniram as suas competências profissionais (Neveu, 2001: 93) e diluíram o seu papel como elemento imprescindível no fluxo de informação entre as fontes primárias e os cidadãos. Desapareceram muitos dos constrangimentos de *espaço* e de *tempo* que implicavam obrigatoriamente a existência de mediadores especializados para nos irem contando o que se passa no mundo: hoje proliferam muitos outros mediadores que nada têm a ver com o jornalismo e, em não poucas circunstâncias, é possível aceder directamente à informação em bruto, sem quaisquer mediações.

Mesmo no campo da informação mediatizada, a sacralização do "directo" televisivo, enroupado na ilusão de que é possível, enfim, mostrar a realidade tal qual ela é sem passar por supostos filtros deformantes, acentuou as dúvidas sobre a relevância do jornalismo - ou, para sermos mais precisos, de um certo tipo de jornalismo. Dito de outro modo, reforçou a urgência de se repensar o exercício desta actividade no novo contexto global, provavelmente redefinindo-se o seu papel e descobrindo-se fórmulas mais eficazes de cumprir a finalidade essencial do jornalismo: não tanto a transmissão de informação mas a "transformação da informação em

conhecimento" (Aguinaga, 2001), ou o "dar sentido ao mundo que nos rodeia" (Delforce, 1996: 18), com o que isso significa de investigação, de elaboração, de contextualização, de interpretação.

b) A empresa

Desenvolvido num contexto empresarial e submetido aos seus naturais constrangimentos económicos, organizativos e laborais, o jornalismo que hoje se faz, ou que se pode fazer, sofre das contingências de um tecido frágil como é o português neste domínio. Apesar dos significativos movimentos de concentração das empresas de *media* em grupos económicos mais fortes, nos últimos anos (Fidalgo, 2000), o sector continua globalmente muito precário. Há um claro problema de escala, dada a exiguidade do mercado (quer de consumo de *media*, quer de angariação de publicidade), que faz com que uma estrutura mínima de custos fixos, abaixo da qual não é possível descer - sobretudo no que toca à quantidade de jornalistas para fazer uma redacção aceitável -, só muito dificilmente seja compensada pelas receitas expectáveis. Assim, a rentabilidade das empresas portuguesas de *media* acaba sempre por ser muito baixa, ou até negativa em grande parte das situações.

Quando, como sucede no presente, a conjuntura económica pende mais para a recessão do que para a expansão, as luzes vermelhas acendem-se de imediato e os despedimentos de jornalistas são a primeira má notícia. Esta precariedade laboral tem, naturalmente, as suas repercussões no exercício profissional, sobretudo nos elos mais frágeis da cadeia produtiva, como são os jovens ou os colaboradores em busca de um emprego estável.

Simultaneamente, crescem as pressões para uma maior produtividade dos jornalistas, seja pondo a tónica na quantidade e menos na qualidade da sua produção, seja forçando a utilização gratuita do seu trabalho noutros suportes detidos pelo mesmo grupo, seja obrigando ao alargamento da sua actividade para esferas que pouco têm a ver com o jornalismo e sim com o "marketing", com a propaganda, com a promoção comercial, com a infraestrutura técnica. Esta confusão de papéis, este deliberado

esbatimento de fronteiras entre a actividade informativa e os ofícios promocionais, tem repercussões no modo como o público percebe o trabalho dos jornalistas, aumentando as suas suspeitas sobre aquilo que está a receber e quais as reais motivações que lhe subjazem, e reforçando assim a crise de credibilidade e de confiança a que aludia no início.

c) *O mercado dos media*

Não é, decerto, exclusiva de Portugal a tendência cada vez mais intensa para olhar e tratar a notícia como mercadoria - e mercadoria à venda num mercado fortemente concorrencial. De par com esta, e ajudando em alguma medida a compreendê-la, verifica-se outra tendência: a de um grande seguidismo da generalidade dos meios de comunicação social relativamente à televisão e às suas lógicas particulares, onde têm lugar de destaque a componente de espectáculo, o predomínio da imagem, a proximidade das emoções das pessoas comuns, o tratamento ligeiro dos assuntos, a passagem rápida ao tema seguinte, as "variedades", em todos os sentidos. Alastra este peculiar "mimetismo mediático" (Ramonet, 1999: 20) que torna os jornais cada vez mais iguais entre si, e todos cada vez mais parecidos com a omnipresente televisão, rapidamente convertida numa espécie de "modelo" (idem: 27) para se avaliar não só o que é ou não é notícia, mas também *de que modo* deve ser abordado o sucedido para ser notícia.

A perversidade deste circuito fechado acaba por ser ainda maior quando se sabe que a informação televisiva, pelo menos no caso português, é cada vez mais subsidiária das puras lógicas do entretenimento e de boa dose de sensacionalismo ("hard" ou "soft", pouco interessa para o caso), pois a enorme competição pelo escasso bolo publicitário coloca as estações de televisão numa total e absoluta dependência da conquista de audiências. É a tabloidização a infiltrar-se em toda a cena mediática, ainda que com graus diversos.

Neste pano de fundo, um dos patrimónios mais característicos da profissão jornalística e dos mais sensíveis para a assunção das suas responsabilidades no tecido social - o de "valores-notícia"

sérios, exigentes e autónomos, como critérios para a selecção e desenvolvimento da matéria informativa considerada mais útil e necessária aos cidadãos - acaba por ser subvertido por uma multiplicidade de solicitações e motivações que pouco ou nada têm a ver com jornalismo. Os jornalistas portugueses queixam-se frequentemente de serem empurrados para essas opções mais "comerciais" do que "editoriais" por quem detém o poder nas empresas ou nos *media* e de não terem condições de se lhes opor, mesmo quando eventualmente discordam, dadas as fragilidades do sector e a precariedade laboral a que atrás aludi. Sem pôr em causa o argumento, infelizmente muito respeitável, também arriscaria dizer que por vezes o jornalista desiste e aceita demasiado depressa o que vai por tais caminhos, desvalorizando as "áreas de decisão própria" que apesar de tudo tem (Mesquita, 2002: 26) ou cedendo a protagonismos individuais e a fórmulas de sucesso fácil que cativam alguns. A ténue fluidez da sua identidade profissional, que vem de sempre mas que as novas condições do mercado acentuam, ajuda a isso.

d) O grupo profissional

Atravessado por ambiguidades e dualidades (Rieffel, 2001: 92), situado numa tensão permanente entre pólos opostos que o reclamam - entre o profissional liberal de consciência e o trabalhador assalariado de facto, entre o criador e o técnico, entre o intelectual e o operário, entre o informador e o propagandista, entre o generalista e o especialista, entre o responsável por um autêntico serviço público e o produtor/formatador de uma simples mercadoria vendável, entre o feérico "show man" e o discreto mediador -, o jornalista continua este já longo (embora historicamente ainda breve) caminho na procura de uma melhor definição da sua especificidade, das fronteiras da sua missão própria, dos conhecimentos e competências particulares que lhe são necessários, dos meios mais adequados para atingir os fins que se propõem e, enfim, de um certo bem-estar consigo mesmo e com o público a quem serve. Ou seja, uma melhor definição da sua identidade, hoje questiona-

da por desafios que, aparentemente, ainda mais desagregam este colectivo profissional do que o congregam.

Tradicionalmente pouco mobilizáveis para reflexões ou acções colectivas, a não ser em alturas de crise evidente, e reconhecendo-se porventura pouco em alguns dos tradicionais instrumentos de representação (como os sindicatos, excessivamente fixados nas questões de índole laboral e contratual estritas, quando não apegados a visões corporativas que os fecham sobre o seu umbigo), os jornalistas portugueses têm sabido lamentar-se muito, desculpar-se bastante, auto-flagelar-se quanto baste, mas pouco mais. A este propósito, os movimentos de aproximação que começam a despontar entre o mundo profissional e o mundo académico que estuda estas matérias podem ser um estimulante caminho de análise mais aprofundada dos actuais problemas da profissão, da sua maior abertura à sociedade e da procura de caminhos de renovação. Outros poderão passar por:

- Uma mais sistemática e adequada formação profissional, tanto de base como contínua, tanto teórica como prática, tanto nas escolas como nos *media*, tanto nas especialidades directamente ligadas às Ciências da Comunicação e ao Jornalismo como em áreas que permitam uma mais vasta cultura geral e uma melhor compreensão do mundo em que se é chamado a exercer o difícil ofício de informar sem se deixar ingenuamente instrumentalizar ou manipular.
- Uma maior exigência e rigor no trabalho quotidiano, um aperfeiçoamento sistemático das competências profissionais, um combate permanente às soluções superficiais ou aos expedientes fáceis, com a certeza de que muitas das falhas até no plano ético de mais não decorrem do que de incompetência, de laxismo ou de falta de empenho nas tarefas de recolha, organização e edição da informação.
- Uma maior transparência de processos e uma maior pedagogia junto do público sobre as condições concretas do exercício do jornalismo, informando sobre o pró-

prio processo da informação, contribuindo assim para a formação de leitores/espectadores mais conhecedores das particularidades do sistema mediático, e portanto mais autónomos, mais críticos e mais exigentes quanto ao serviço que lhes é prestado.

- O desenvolvimento de uma mais clara cultura de responsabilidade, individual e colectiva, quanto aos erros e insuficiências do trabalho jornalístico, no pressuposto de que, dando-se corpo ao direito à informação e à liberdade de expressão em nome do público, há que prestar regularmente contas a esse mesmo público, aprendendo também a "saber ouvir" o que ele tem a dizer (Bertrand, 2000: 32) - e não encarar o acesso aos *media* como um privilégio pessoal de que se usa e abusa a bel-prazer.
- Uma maior exigência ética e deontológica, quer no trabalho diário nas redacções, quer no estímulo empenhado à operacionalização de mecanismos auto-reguladores - tanto nos próprios *media* como no plano mais alargado do colectivo profissional (Aznar, 1999) -, de modo a conseguir-se uma fiscalização constante, transparente e eficaz dos desvios aos códigos de conduta estabelecidos pela e para a profissão, códigos esses que corporizam afinal o "contrato" (Bernier, 1996) tácito estabelecido com a sociedade e do qual decorre a *legitimação* do poder associado ao jornalismo. Sem esquecer que o processo de legitimação está permanentemente inacabado, pois "desenrola-se quotidianamente" (id., *ibidem*).

BIBLIOGRAFIA

- AGUINAGA, Enrique de (2001). "Dimensión científica del periodismo", in *Sala de Prensa*, ano III, vol. 2, Janeiro 2001.
<http://www.saladeprensa.org/art185.htm> , consultado em 04/10/2002.
- ALBERT, Pierre (1970). *Histoire de la presse*. Paris: Presses Universitaires de France.
- AZNAR, Hugo (1997). "El debate sobre la profesionalización del Periodismo: de la titulación a la organización", in *ZER-Revista de Estudios de Comunicación*, nº 3, Novembro 1997. Bilbao.
- AZNAR, Hugo (1999). *Comunicación responsable - Deontología y autorregulación de los medios*. Barcelona: Ariel Comunicación.
- BARBIER, Jean-Marie (dir.) (1996). *Savoirs théoriques et savoirs d'action*". Paris: Presses Universitaires de France.
- BARTON, Gina (s/d). "What is a journalist?", in *Society of Professional Journalists*:
http://www.spj.org/quill_issue.asp?ref=306, consultado em 16/05/02.
- BERNIER, Marc-François (1996). "Les conditions de légitimité du journalisme: esquisse d'un modèle théorique", in *Les Cahiers du Journalisme*, nº 2, Dezembro 1996. Centre de Recherche de l'École Supérieure de Journalisme de Lille.
- BERTRAND, Claude-Jean (2000). "A autonomia do jornalista cresce, se crescer o apoio do público" (entrevista), in *Jornalismo e Jornalistas* nº 4 - Outubro/Dezembro 2000. Lisboa.
- DELFORCE, Bertrand (1996). "La responsabilité sociale des journalistes: donner du sens", in *Les Cahiers du Journalisme*, nº 2, Dezembro 1996, pp. 16-32. Centre de Recherche de l'École Supérieure de Journalisme de Lille.
- DELPORTE, Christian (1999). *Les journalistes en France, 1880-1950 / Naissance et construction d'une profession*. Paris: Seuil.

FIDALGO, Joaquim (2000). "Novos Desafios para a Imprensa Escrita e para o Jornalismo", in PINTO, Manuel (coord.), *A Comunicação e os Media em Portugal - Cronologia e Leitura de Tendências*. Braga: Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho.

MATHIEN, Michel (1995). *Les journalistes*. Paris: Presses Universitaires de France.

MESQUITA, Mário (2002). "Envolvimento e distanciamento na conduta do jornalista", in *Jornalismo e Jornalistas*, nº 10, Abril/Junho 2002. Lisboa.

NEVEU, Érik (2001). *Sociologie du Journalisme*. Paris: La Découverte.

RAMONET, Ignacio (1999). *A Tirania da Comunicação*. Porto: Campo das Letras.

RIEFFEL, Rémy (2001). *Sociologie des médias*. Paris: Ellipses.

RUELLAN, Denis, LACAN, Jean-François e PALMER, Michael (1994). *Les Journalistes - Stars, Scribes et Scribouillards*. Paris: Syros.

RUELLAN, Denis (1997). *Les "pro" du journalisme - De l'état au statut, la construction d'un espace professionnel*. Rennes: Presses Universitaires de Rennes.

TRAQUINA, Nelson (2002). *Jornalismo*. Lisboa: Quimera.

WARD, Stephen (2001). "Window on journalism", in *Thunderbird-UBC Journalism Review*.

<<http://www.journalism.ubc.ca.thunderbird/2001-02/april/accountability.html>>, consultado em 4/06/02.

UM OLHAR SOBRE O JORNALISMO PORTUGUÊS

Estrela Serrano

Escola Superior de Comunicação Social de Lisboa

Falar do "jornalismo na sociedade portuguesa" - tema deste painel - requer, da minha parte, uma delimitação do ângulo de abordagem. Nas circunstâncias especiais em que participo neste Congresso, em substituição de "última hora" do Professor Rui Cádima, essa delimitação é ainda mais necessária, não só porque a escassez de tempo de que dispus para preparar esta intervenção não me permite apresentar uma exposição estruturada em torno de resultados obtidos através de análise empírica, mas, também, porque a minha área de investigação abrange, apenas, o "jornalismo político", mais propriamente, a cobertura jornalística de campanhas eleitorais.

Acontece, porém, que desde 2001 desempenho funções de Provedora dos Leitores do mais antigo diário de expansão nacional do País, definido no seu estatuto editorial como "jornal de referência". Essa experiência de contacto com os leitores e com a redacção do jornal proporciona-me uma visão alternativa, embora casuística, do jornalismo que actualmente se pratica em Portugal

Abordarei, pois, o tema "Jornalismo na sociedade portuguesa" a partir destas duas perspectivas: a que resulta de alguma investigação que tenho realizado na área do jornalismo político e a que decorre de uma apreciação apreendida a partir do contacto com os leitores que se me dirigem na qualidade de provedora.

Relativamente à primeira abordagem, tenho acompanhado com alguma regularidade, no âmbito de uma cadeira de análise de imprensa de que sou responsável no curso de Jornalismo da Escola Superior de Comunicação Social, de Lisboa, a cobertura dos actos eleitorais realizados em Portugal nos últimos dois anos - para o Presidente da República, para as autarquias locais e para a Assembleia da República. Sem prejuízo de aprofundamento posterior e da extensão da análise a períodos mais recuados, dados apu-

rados na análise de conteúdo às notícias publicadas na imprensa de informação geral permitem identificar características comuns à cobertura das três campanhas, as quais vão ao encontro de tendências observadas em estudos internacionais similares.

Como referem Patetz e Lipinski (1994)¹, o papel dos media no enquadramento da cultura política, nas sociedades democráticas, é, por demais, evidente. De facto, os media transmitem formas de cultura política de uma geração para outra, difundindo valores, crenças, atitudes e pensamentos no seio da sociedade, dando origem a que alguns desses valores e atitudes sejam largamente partilhados. Daí que o estudo da estrutura, conteúdo e fluxo da comunicação proporcione um melhor conhecimento das dinâmicas sociais. A importância do estudo da comunicação e do jornalismo resulta, a meu ver, precisamente da circunstância de as ideias que propagam não serem inócuas e terem consequências políticas. A maneira como os media reportam a actividade política reflecte-se nas atitudes dos cidadãos face à política e aos políticos. Autores como Blumler e Gurevitch (1995)², Thomas Patterson (1994)³, Capella e Jamieson⁴, mostram que o negativismo e a crítica sistemática que caracterizam a cobertura das campanhas eleitorais, nos EUA, conduzem os eleitores a uma descrença na democracia e a um afastamento da participação política.

Em Portugal, como noutras democracias ocidentais, as notícias são influenciadas, entre outros factores, pelo tipo de organização do sistema mediático em vigor no país. A partir da privatização dos jornais, da abertura dos canais de televisão à iniciativa privada e, mais recentemente, das movimentações e concentrações no seio dos grandes grupos que detêm a posse de jornais, rádios e televisões, o conteúdo dos media - quer se trate de notícias, quer de programas de entretenimento - é, primeiramente, determinado

1. Patetz, David L. e Daniel Lipinski (1994), "Political Culture and Political Communication", Barcelona, Working Paper n. 92.

2. Blumler, J. e M. Gurevitch (1995), *The Crisis of Public Communication*, London and New York: Routledge.

3. Patterson, T. (1994), *Out of Order*, New York: Vintage Books.

4. Capella, J. e Jamieson, K. (1997), *Spiral of Cynicism*, New York: Oxford University Press.

por objectivos de lucro (ou, pelo menos, de sobrevivência) do que por quaisquer outros motivos. Para falar apenas do jornalismo, uma das características que é possível identificar no jornalismo português, sobretudo televisivo, é a subalternização da política, ultrapassada no alinhamento dos principais telejornais - incluindo o canal generalista da televisão pública - por um tipo de informação que procura o espectáculo e que faz do futebol, dos acidentes, dos assaltos, raptos ou perseguições policiais o prato-forte da informação. Um estudo realizado pela Media Monitor⁵ revelou que entre as figuras mais vistas nos canais generalistas da televisão portuguesa, durante o passado mês de Agosto, se encontravam seis figuras do mundo do futebol - dois jogadores, um treinador e três dirigentes de sociedades desportivas, às quais se seguia o Primeiro Ministro, um ministro, novamente um treinador desportivo e só depois o líder do maior partido da oposição, numa relação de 10 figuras do desporto contra três da política.

Para falar ainda de jornalismo televisivo, o "espectáculo das notícias" transformou os *pivots* dos telejornais - muitos deles jornalistas de prestígio - em actores, actuando num palco de luz e cor, às vezes, mesmo, com fundo sonoro - inovação bebida nos separadores musicais criados pela CNN para enquadrar as peças sobre a Guerra do Golfo. Em Portugal, recentemente, a televisão pública, nos momentos mais acesos da discussão em torno do seu futuro, "sonorizou" os telejornais com o som nostálgico de um piano - símbolo de mágoa e saudade de um "paraíso" em vias de ser perdido, que funcionou como mensagem cifrada, não já em palavras ou imagens, mas em sons.

Por outro lado, os telejornais da noite das televisões portuguesas passaram, nos últimos tempos, a ter uma duração que ultrapassa, em muitos dias, os 60 minutos. Contudo, essa duração não corresponde a um maior aprofundamento das notícias, a uma diversidade de conteúdos ou à cobertura de temas de interesse público ligados ao exercício da cidadania, cuja complexidade fizesse prever um tratamento mais demorado. Pelo contrário, o que se vê, é a trans-

5. (*Público*, 11/09/02).

formação de todos os assuntos em *fait-divers*. As notícias são "povoadas" de cidadãos comuns, povo anónimo transformado em actor momentâneo, que se dispõem a relatar as suas histórias, sem que, da parte dos jornalistas exista a capacidade de lhes conferir sentido.

Em rigor, não pode dizer-se que, em Portugal, as televisões - incluindo a televisão pública - estejam ao serviço do Governo. Mas pode, seguramente, dizer-se que estão ao serviço das estratégias de mercado, isto é, dos anunciantes, dos quais, aliás, dependem. A pressão do mercado é muito mais acentuada do que qualquer tipo de pressão política, embora os agentes políticos tentem marcar a agenda e influenciar as notícias a seu favor. E quando acontece a política ocupar o espaço nobre dos telejornais - sobretudo no caso das televisões privadas - fá-lo pelas piores razões. Trata-se, geralmente, de "meta acontecimentos" para utilizar a tipologia de Adriano Duarte Rodrigues⁶, ou seja, acontecimentos discursivos, "a face perversa da informação", tais como declarações polémicas de governantes e de líderes partidários que alimentam, durante dias e semanas, não apenas os telejornais, mas, também, os jornais ditos de "referência".

A política é, assim, duplamente minorizada na televisão. Por um lado, é habitualmente relegada no alinhamento para posições secundárias. Por outro, quando lhe é dado destaque, a substância dos acontecimentos perde-se nas picardias verbais de políticos e jornalistas, trazidas a primeiro plano nos telejornais.

Outra forma de minorização da política, na televisão e na imprensa escrita, é o enfoque das notícias nos aspectos de "jogo" e de estratégia, através de enquadramentos que apresentam os actores políticos como interessados, apenas, em conseguir dividendos eleitorais. Essa tendência verifica-se na cobertura da actividade política, em geral, mas é especialmente visível na cobertura de campanhas eleitorais.

Num estudo que eu própria realizei, sobre as peças publicadas nos jornais *Diário de Notícias* e *Público*, e nos jornais televisivos

6. Rodrigues, A. (1993), "O Acontecimento". In Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*, Lisboa: Vega.

das 20h00, do canal público RTP 1 e dos privados SIC e TVI, sobre a campanha eleitoral nas eleições presidenciais portuguesas, realizadas em Janeiro de 2001, com o objectivo de apurar os "temas" e as "vozes" predominantes e a origem das notícias, verificou-se que, em todos os media analisados, a cobertura jornalística incidiu, fundamentalmente, sobre os eventos programados pelos *staffs* das candidaturas, tais como, itinerários dos candidatos ou aspectos anedóticos e polémicos da campanha. Por outro lado, apurou-se a existência de um consenso entre jornais e canais de televisão, relativamente aos temas considerados significativos, consenso que se repetiu entre as televisões, relativamente às imagens publicadas.

Este consenso entre jornalistas de media diferentes que cobrem um mesmo evento, ou, no caso de campanhas eleitorais, um mesmo candidato, para media diferentes, traduz o que os autores americanos classificam como "pack journalism", ou seja, os repórteres deslocados da redacção para acompanharem os candidatos ficam imersos num ambiente onde a colaboração com os colegas concorrentes e com as fontes se sobrepõe ao distanciamento que é suposto caracterizar a cobertura jornalística. As notícias tornam-se, então, muito semelhantes entre si. No caso das televisões, os jornalistas precisam de boas imagens e de *sound-bites*, pelo que muitas vezes são compelidos a usar as mensagens fabricadas pelos assessores e conselheiros de *marketing* dos candidatos.

Os dados apurados no referido estudo mostram, também, que os temas da agenda dos cidadãos, ou agenda pública, tais como a saúde, o trabalho, o ambiente, a educação, são relegados para plano secundário, ultrapassados pelo enfoque nas estratégias eleitorais, no negativismo e na ideia de "jogo" entre contendores. Por outro lado, foi possível apurar que na cobertura das campanhas eleitorais o debate político dos temas de substância está praticamente ausente das notícias. Contudo, essa ausência não se deve, apenas, aos jornalistas. Também os políticos e os seus conselheiros são, conjuntamente, responsáveis por essa situação. É certo que os jornalistas baixaram os padrões, no que respeita às exigências de uma cobertura jornalística que correspondesse ao interesse público,

e que assuntos triviais ultrapassam, nas notícias, o debate político sério. Mas, por outro lado, se é verdade que os jornalistas podem sempre tomar a iniciativa de investigar algumas problemáticas por sua conta e pressionar os candidatos a responder a perguntas significativas, continuam, no entanto, a ver-se constrangidos por aquilo que os candidatos querem discutir ou ignorar.

Por outro lado, a crescente encenação e profissionalização das campanhas eleitorais, leva os jornalistas a destacar aspectos marginais à substância da eleição, tais como a *performance* dos candidatos e a privilegiar conflitos episódicos entre eles.

Outra tendência apurada na cobertura da actividade política, em especial de campanhas eleitorais, é a sobreposição da "voz" dos jornalistas à "voz" dos candidatos, patente na diminuta duração, no caso da televisão, das intervenções dos políticos e de uma maior duração das intervenções dos jornalistas, em "off" ou ao "vivo". No caso da imprensa, a tendência é também verificável no facto de serem cada vez mais reduzidas as citações directas dos discursos dos políticos. Essa tendência aponta para uma mudança na própria concepção do papel do jornalista na cobertura da actividade política, como mostram os trabalhos de investigadores americanos e europeus, segundo os quais as notícias se tornam cada vez mais interpretativas e os jornalistas se posicionam, cada vez mais, não apenas como "árbitros" do processo eleitoral, mas como "actores" do próprio processo.

A influência dos media na percepção que o público faz da política é um dado incontornável e de consequências múltiplas. A transparência das instituições e a responsabilização pública dos titulares dos cargos públicos - visível no escrutínio permanente dos governos e nas campanhas eleitorais - constituem elementos positivos dessa influência. Mas existem também consequências que alguns investigadores como Sabato (1992)⁷ e Patterson (1994; 2000)⁸ consi-

7. Sabato, L. (1992). "Open Season: How the News Media Cover Presidential Campaigns in the Age of Attack Journalism". In *Media Power in Politics*, ed. Doris Graber, Chicago, University of Chicago: CQ, Press.

8. Patterson, T. (2000), "Serão os media noticiosos actores políticos eficazes?", *Revista de Comunicação e Linguagens* 27: 79-96.

deram perturbadoras, visíveis na cobertura mediática da política, especialmente de campanhas eleitorais. São elas a desvalorização e vulgarização do discurso político e dos políticos que provocam cinismo e desinteresse dos cidadãos pela participação na vida pública.

A experiência que levo de um ano e meio como provedora dos leitores do mais antigo diário português - e passaria agora a uma abordagem mais sensível e casuística do jornalismo que se pratica em Portugal - confirma as tendências anteriormente referidas quanto à cobertura jornalística da actividade política. Aliás, nos últimos meses, a luta política entre o Governo e os partidos da oposição, em Portugal, arrastou políticos e jornalistas para patamares preocupantes. Por um lado, o vocabulário político atingiu níveis de grande agressividade. Por outro, técnicas de desinformação e de propaganda, baseadas em fugas de informação, aliadas a "colocação" estratégica de notícias em jornais ditos "de referência", conduziram o jornalismo e a política a uma situação pantanosa, de consequências imprevisíveis para a democracia, num país em que a participação política dos cidadãos tem vindo a diminuir, como provam os índices de abstenção verificados em actos eleitorais recentes.

A cobertura da actividade política tornou-se, aliás, um excelente "laboratório" onde é visível o aparecimento de novas formas de linguagem e de novos géneros jornalísticos, tornando-se cada vez mais difícil perceber, relativamente a muitos textos, se são análises, comentários, notícias comentadas ou, simplesmente, previsões (o futuro e condicional tornaram-se os tempos verbais mais usados nas notícias da política, o que lhes confere um original tom oracular). No que respeita à linguagem, reinam as metáforas da guerra e do desporto. As notícias sobre política são, em grande parte, baseadas em conversas "de corredor", cruzamentos de "recados" entre actores políticos, em que as fontes raramente são identificadas, num ambiente em que ninguém, a não ser o jornalista que as veicula, dá, como se diz em português corrente, "a cara" por elas.

Contudo, o que se me afigura mais grave é o tom displicente e o cinismo que emana de certos títulos e destaques de jornais com enfoque na política e nos políticos. Dir-se-ia que os jornalistas

encontram, aí, uma forma de manifestarem uma autonomia que noutra campo - o das relações com as fontes - lhes é negada. Essa negação, implícita e não explícita, resulta, a meu ver, da dificuldade, ou mesmo da impossibilidade, de os jornalistas recusarem informação palpitante, "pronta a servir" por fontes credíveis e bem colocadas. De facto, o dilema que, nessas circunstâncias, têm de resolver consiste em decidir entre publicar informação que sabem destinar-se a produzir determinados efeitos ou recusá-la e sujeitar-se a lê-la, depois, na concorrência. Esse dilema não é de fácil resolução, num ambiente em que as direcções de *marketing* assumem cada vez mais poder no seio das organizações jornalísticas.

Para além deste quadro traçado, sobretudo, em torno da cobertura dos assuntos políticos, existem nas redacções redutos de qualidade, que importa, igualmente, referir. De facto, ultrapassando o círculo das elites jornalísticas, intimamente associadas às elites políticas, encontram-se, nas redacções, profissionais para quem o jornalismo de investigação continua a ser um género que é preciso revigorar. São, geralmente, jornalistas que trabalham em temas aparentemente menos mediáticos - os chamados temas de sociedade, de ciência, de cultura e de educação. Encontram-se, nesse âmbito, trabalhos que fortalecem a convicção de que o jornalismo - entendido como serviço prestado aos cidadãos - não morreu. Deve, contudo, acrescentar-se que é, sobretudo, aí que se fazem sentir os cortes orçamentais ditados pelo agudizar da crise em que se encontram as empresas de comunicação social. O jornalismo de investigação pressupõe meios humanos e materiais, o que não se compadece com o "frenesim mediático" que invadiu as redacções da imprensa escrita e audiovisual. De facto, basta que se tenha à mão uma fonte bem colocada, sempre pronta a soprar algo sensacional, ou que os satélites forneçam as imagens, sempre disponíveis, das mortes, feridos, fogos ou cheias do dia, para se poder dispôr de um título "fulminante", ou de imagens esmagadoras para abertura do telejornal. Face à oferta do mercado de imagens e de conteúdos, o futuro do jornalismo de investigação não é, pois, promissor.

Existe, por outro lado, uma enorme contradição entre, por um lado, o investimento que as empresas de comunicação social fazem no *marketing*, nomeadamente na investigação quantitativa da audiência para adopção de estratégias de captação de leitores - que abrange, na imprensa escrita, desde viagens e colecções de livros, a faqueiros e serviços de cristal -, e, por outro, a indiferença, senão mesmo o desprezo pelos leitores. De facto, não apenas as suas queixas, relativamente ao conteúdo do jornal, são em geral ignoradas, como os pedidos de desmentidos ou rectificações de notícias são acompanhados de arrogantes "notas da Redacção", nas quais se reafirma, quase sempre, o que o leitor desmentiu. Esta displicência manifesta-se não apenas por parte dos jornalistas, mas, também, por parte dos próprios serviços comerciais e de secretariado que, perante reclamações dos leitores por motivo de um "brinde" que não obtiveram, ou de um concurso cujo resultado pretendem conhecer, são tratados com impaciência e má vontade. Na maioria dos casos, porém, não conseguem, sequer, contactar com alguém para além da telefonista de serviço (e da provedora, no caso do DN). No caso das televisões, tornou-se rotina o desrespeito dos horários estabelecidos e a duração indefinida dos telejornais, interrompidos por enormes fatias de publicidade.

Em suma, e sem pretender abusar da vossa paciência, resumirei, em breves notas, o que me parece serem as principais características do "jornalismo na sociedade portuguesa" (para recuperar o tema deste painel):

- Em primeiro lugar, no que respeita à imprensa, apontaria os baixos índices de leitura decorrentes do elevado grau de iliteracia do povo português que colocam Portugal nos níveis mais baixos da União Europeia, em termos de consumo de jornais.
- Relacionada com a anterior, encontra-se a crise quase permanente em que vivem as empresas jornalísticas, resultante da crise económica e da consequente quebra nas receitas da publicidade, com a instabilidade que daí

resulta relativamente a pessoal, renovação tecnológica, novos projectos, etc.

- Em terceiro lugar, a forte comercialização dos media, com especial destaque para a televisão, e a ausência de um papel regulador do mercado audiovisual em termos de padrões de qualidade, por parte da televisão pública.
- Em quarto lugar, os efeitos perversos dessa comercialização na qualidade da informação e, no caso das televisões, sobretudo da programação. O entretenimento contagia toda a informação - incluindo o canal generalista da televisão pública, dando origem ao género híbrido *infotainment*. Os media de referência não escapam a essa tendência "tabloidizante" que privilegia o sensacionalismo, a emoção e a superficialidade.
- Paralelamente - quinta nota - o jornalismo tornou-se permeável a formas de publicidade disfarçada (mal disfarçada, aliás), misturando, nos espaços noticiosos dos jornais, notícias com peças de natureza promocional, sem qualquer menção da sua natureza comercial, numa clara violação dos mais elementares princípios éticos e deontológicos que regem a profissão.
- Em sexto lugar, a tendência para a desvalorização dos aspectos substanciais da política e dos políticos e a valorização dos seus aspectos folclóricos e marginais, manifestada através de notícias que privilegiam o negativismo e a polémica e dão, dos políticos, uma imagem de pessoas sem escrúpulos, cujos interesses repousam, apenas, na conquista do poder a qualquer preço.
- Finalmente, a par deste conjunto de notas negativas, é possível encontrar, mesmo nos media em que as derrapagens são mais evidentes (televisões incluídas), redutos de qualidade que permitem antever, a prazo, um futuro melhor. Aponta nesse sentido o facto de as novas gerações de jornalistas (e também de gestores, publicitários, e homens do marketing) possuírem uma formação supe-

rior à da geração que detém, actualmente, o poder nas redacções e nas restantes áreas das empresas de comunicação social.

Diria, a finalizar que, como não se pode mudar o público, resta aos jornalistas conquistá-lo para a causa de um jornalismo sério, ao serviço dos cidadãos, que seja capaz, como diz Jay Rosen (1993)⁹, de "fazer funcionar a democracia".

9. Rosen, Jay (1993-2000), "Para Além da Objectividade". In Nelson Traquina (org.), *Jornalismo 2000*, Lisboa: Relógio D'Água.

PLÁCIDO CASTRO DEL RIO (1902-1967).
UM JORNALISTA GALEGO NOS JORNAIS PORTUGUESES

João Conde Veiga

Antes que este ano termine parece ser de lembrar o centenário de nascimento de um intelectual galego, que amou a sua terra, amargou o seu exílio e escreveu em jornal português, para nós do norte, para vós do sul.

Tendo estudado longe, em Inglaterra, que é um lugar onde a relva e a democracia são cultivadas há uns centos de anos, formou uma convicção de uma civilidade e tolerância que fizeram a sua diferença. Embora as brumas vindas do Norte e o *fog* de Londres quase tapem o sol, e sejam diferentes das últimas claridades deste *occidens* onde o sol morre, ali fica, mesmo ao lado, a verde Irlanda, que é tão verde como o nosso Minho e a vossa Galiza, e que traz de lá um tal lirismo celta, igual àquele que anda pela cerva dos montes e dentro de nós na língua poética que primeiro bebemos em claros regatos de água vinda da fonte.

Foi com a leitura de Chesterton que Plácido parece ter encontrado o gosto conservador crítico da tradição e um caminho seguro para a evolução, entre dois valores em que situam, tanto os seus paradoxos, como as suas perplexidades. Um exemplo apenas do seu trato: ao tratar das repúblicas da África do Sul e da Índia, de base colonial britânica, e considerar terem em Commonwealth um rei por soberano, o seu pensamento voava decerto para uma solução para vertebrar Espanha.

A vistas como essa, o seu estudo em Glasgow e a sua estadia em Londres vão transforma-lo primeiro em observador, depois em analista, por fim em jornalista. No que parece ser uma sina deste noroeste: em que existe um certo número de características comuns, entre as quais uma grande saudade da terra: é do seu exílio diplomático inglês e francês que Eça de Queiroz escreve as *Cartas de Londres* e os *Ecos de Paris*.

Num sentimento parecido, Plácido Castro manda, em 1927, as suas prosas exiladas para o *Informaciones*, de Madrid, e para *El Pueblo Gallego*, de Vigo. Chamar-lhes-à *Nossas Crónicas de Londres*.

O distanciamento aguça não só o impulso de informar, mas também de informar-se. É um sentimento de estar longe da terra, sob a forma de lembrança, de *morriña* ou de saudade, que vai misturar a ideia de ser com estar, num sentimento de ter saudades em vez de ser saudade, o que tornará um sentimento quase indefinível.

Nas suas análises de democracia, vindas para a lembrança e para o desejo da sua terra, procura, desde logo, algum distanciamento de objecção para com a situação do seu país. Mas, em equidade, manifesta a sua oposição para com o sistema soviético nascente, que repudia incessantemente.

Tornado liberal por educação inglesa, e democrata por comparação de idéias, adere às posições republicanas espanholas pela via do nacionalismo galego. Considerando sempre centralismo de Madrid ser "uma colonização espiritual e económica".

Republicano, portanto, no contexto espanhol, mas nacionalista galego de raiz e pensamento, é deste outro paradoxo político que o regime autoritário, então vigente, vai tirar os motivos de alguma perseguição política. Militares autoritários, que, quando lhes falavam em cultura, levavam a mão à pistola e gritavam "viva la muerte", estavam no poder. Parece uma norma. Para todos os autoritarismos de raiz militar os intelectuais são sempre de desconfiar pois o pensamento não se controla do mesmo modo as ordens de comando ditadas na parada.

É deste modo que, logo nos princípios da Guerra Civil que começa em Julho de 1936, Plácido, intelectual e galego, é perseguido, é condenado por um tribunal curiosamente designado de *responsabilidades políticas*, em multa e desterro, o que vai tornar irrespirável o ar da sua terra e mais tarde provocará a ida para longe que a tornará mais lembrada e ansiada.

O post-guerra franquista tinha-se tornado difícil para espíritos independentes. Plácido ainda o respirou durante algum tempo exilando-se sobre si mesmo e convivendo quase em segre-

do como amigos. Em 1949 segue para Lisboa, sítio do mais neutro dos autoritarismos, e que tinha vivido o post-guerra vindo das influências entre anglófilos e germanófilos, que era problema que em Espanha nem sequer se colocava, quase por exclusão de termos, e por obra e graça de Serrano Suñer, como os *diestros* apelidado de "El Cuñadissimo".

Vai Plácido viver no mesmo Estoril que se tinha tornado terra adoptiva de outro exilado, este agora não republicano, mas monárquico, pretendente à coroa espanhola: D. Juan de Bourbon. Vai para o mesmo Estoril em que Ortega y Gasset procura refúgio intelectual. Este exílio parecia uma terra de transição: Plácido rumou à Inglaterra da sua educação escolar. Em Londres vai viver a sua vida e exercer a sua profissão de jornalista aos microfones da B.B.C.

No entanto, a passagem por Lisboa tinha-lhe permitido contactos e garantido a publicação em letra de forma das palavras que iria lançar para o éter, que nele se dissolviam, e que não fariam outro eco: garante a publicação dos seus escritos, traduzidos (se é possível dizer assim entre nós) do galego para o português, num jornal do Porto, o *Jornal de Notícias*. O título genérico dos artigos não desmente a sua proveniência radiofónica: *Aqui Londres*. O seu conteúdo reflecte o seu ponto de vista da vida inglesa que ia observando.

A emissão era feita em língua galega, o que se torna um acto de propaganda subtil para uma língua que era remetida à condição oral, quase clandestina, e que aproveitava as novas potencialidades da rádio. Durante essa guerra de 1939 foi o aproveitamento do novo meio radiofónico em expansão, que como outras armas guerreiras tinha sido experimentado na guerra civil espanhola, com mais ou menos eficácia por ambos os bandos, que vai permitir, mais que avanços estratégicos no território, ou como factor de resistência, ou para "ganhar almas" e criar ambientes de tomada ou manutenção política do poder. Com uma diferença que Plácido vai encontrar: depois da guerra, em 1945, assuntos tratados não eram os da política comum, que fizessem proselitismo desta ou daquela posição. Havia algum distanciamento cultural: e os programas eram apenas de rádio e a sua programática de observação de uma

visão galega do mundo dissolvidas nas ondas da rádio transmitida para o espaço.

Características dos programas: tinham uma duração média de sete a oito minutos, chegando algumas vezes a dez ou doze, e a sua emissão era nocturna, a partir das vinte e uma horas. A periodicidade era semanal, com repetição noutra dia diferente do da sua emissão. Foi "o primeiro programa galego no mundo da radiodifusão". E teve, no seu meio, e no seu tempo de emissão, um papel comparável ao surto da edição, em língua galega, que teve lugar, a partir desta altura, do lado de lá do mar, onde se situavam as maiores comunidades lingüísticas da fala: Santiago do Chile e Buenos Aires, que mais pareceram então uma Galiza lá longe.

A falar galego, na língua (e não *lengua*) do seu povo, escrita no exílio, era um acto de rebelião contra o centralismo castelhano instituído, na sua imposição oficiosa do castelhano e na sua proibição do uso da língua ancestral da Galiza.

Tínhamos, por outro lado, a sua difusão radiofónica passar por cima da informação escrita. A censura do lado de cá do rio era certamente mais branda, mas igualmente impeditiva da expressão. Era perigoso, quase impensável, publicar, mesmo clandestinamente, jornais na língua materna. Português e galego, vindos da mesma matriz (galaica ou portuguesa) de uma poesia quase céltica, pareciam ter destinos diferentes: uma ia por esse mundo além e era língua franca em que diversos povos e raças se entendiam; a outra era reprimida na sua terra de origem, e só muito longe, para o lado de lá do mar, era livremente tratada.

Consideramos estas intervenções como artigos escritos para serem lidos: palestras. É complementar, portanto, adequá-los ao meio escrito e publicá-los em jornal. Depois, também, traduzi-los em castelhano, como foi fazendo para alguns jornais do espaço espanhol. Mas não os podendo publicar ali na língua galaica, prefere que os traduzam em português. Escreve-os no *Jornal de Notícias*, deste Porto, de onde também escrevo.

O primeiro artigo conhecido aparece no jornal e data de 15 de Março de 1949, quase cinco anos depois de a guerra civil

espanhola ter terminado. Referia-se ao tempo inglês, que era de austeridade, mas com grandes perspectivas de recuperação. Decerto mais que isso: o planeamento, herdado das operações militares ia-se em larga escala, transformado em planeamento social. O slogan "lares dignos para os heróis", dos primeiros tempos de post-guerra, tinha-se transformado ou em propostas democráticas de nivelamento ou numa nova espécie capitalista de transição para o socialismo. As palavras de ordem eram: nada de privilégios, nivelamento social e planificação económica. Os meios de conseguir esses objectivos eram as armas sociais em que se tinham transformado *the incom tax*, os impostos progressivos.

Dois dias depois do primeiro artigo o tema é a análise do caminho utópico de uma sociedade sem classes dentro de um ambiente de austeridade. Neste objectivo que analisa uma Inglaterra entre a tradição e a inovação, reformista e conservadora, entre uma reacção e uma adaptação a novos tempos.

No meio de tudo salta-lhe o problema da mediocrização social. Citando um tal dr. Joad, publicista inglês daquele tempo em mudança, Plácido parece concordar com a análise: "é possível que o critério de distribuir cultura e alargar o campo do bom gosto e tornar (...) acessível, nos leve a um empobrecimento do bom gosto, que será deplorável, ou segundo o que cada um pensa da justiça social como o maior de todos os bens".

Para o fim deste mês de Março (a 24) já não é a dialéctica inglesa entre a tradição e a inovação que basta: é antes o humor inglês que toma conta da prosa. Perante uma medida tomada pelo governo no domínio dos abastecimentos, nada melhor que uma carta de um paciente cidadão que se propunha abater ao efectivo o próprio Ministro dos Abastecimentos. Mas quando se dirigiu ao ministério com aquela tenebrosa finalidade tinha encontrado uma enorme fila de cidadãos que tinham a mesma exacta intenção.

Outro problema, este vindo da área da execução da justiça, era posto (a 26) ao invés: tratava-se de saber, uma vez por todas, se cabe ao Estado, para além de deixar os cidadãos à míngua de abastecimentos, de ter o direito de lhes tirar a vida, executando a

pena de morte. Mas, para além disso, o que seria muito, o jornalista já se indigna com "o mórbido sensacionalismo que rodeia a aplicação da pena capital".

Por Abril e Maio é o reacendimento das luzes de Londres, apagadas pelos bombardeamentos, primeiro, e pela escassez energética, depois, que lhe faz brilhar de reflexo o olhar e entusiasmar a prosa. É a 21 de Abril que se celebra a volta das luzes à cidade de Londres, com o povo reunido em multidão em Picadilly Circus, em número só comparável à que ali tinha estado a celebrar a rendição da Alemanha em Maio de 1945.

A razão volta de novo sobre a emoção e dá de novo lugar à lucidez de análise quando (a 22 de Abril) faz expressa condenação da politização da ciência, se insurge a propósito da decisão política de um comité de cientistas russos, a sua unanimidade de propósitos, mais a sua transformação, por obra e graça de Estaline, em propaganda do regime de partido único. O jornalista é peremptório: "a loucura é a única explicação possível da atitude russa perante a ciência".

A 10 de Maio a sua atenção volve-se para o tema da unidade, que se tinha tornado ponte utópica de depois da guerra para que a tragédia não fosse possível outra vez, e para a proliferação nacionalista das antigas colónias, tornada numa espécie de recompensa ao esforço de guerra, na maior parte das vezes sob forma de morte de tropas de assalto, vindas dos territórios coloniais. Os seus propósitos de análise centram-se, naturalmente, no que se passa quanto à Commonwealth. E o problema é posto: perante a importância assumida pela União Sul Africana e a Índia, duas repúblicas declaradas, como seria que a real pessoa do monarca inglês assumiria a realeza de repúblicas?

Dá razões para o sucesso: esta plasticidade monárquica de soluções deve-se certamente ao facto, de ao contrário das democracias continentais, de normas constitucionais fixadas e formais, a política inglesa ser fundada numa legislação mutável e adaptável a todo o tempo. Concluirá que, na Inglaterra, por princípio, a raça e crença não serão factores teóricos de solução, mas ali é muito mais

importante uma tolerância partidária, que proporciona todas as experiências cívicas. Ao debruçar-se sobre estes temas britânicos o pensamento decerto que lhe voava para a sua experiência de vida e para a sua região natal.

Durante o mês de Maio os seus interesses voltam-se para outro tema de grande actualidade. Como se sabe, ao governo de coligação nacional que governou a Grã-Bretanha em guerra seguiu-se uma vitória trabalhista, com Clement Atlee, e o afastamento do artífice da vitória, que tinha sido Winston Churchill. A sucessão pode parecer paradoxal mais talvez se justifique: os socialismos parecem historicamente mais adequados a responder a situações sociais de crise e os cidadãos parece tomarem consciência disto com o seu voto.

Mas a inversa também parece ser verdadeira: a possibilidade do regresso ao poder dos conservadores parece ser indício da volta a uma estabilidade que promove o desenvolvimento e a criação social de riqueza.

Perante as perspectivas de uma mudança política, as atenções de Plácido voltam-se para as eleições municipais, como índice dessa própria viragem. E a preocupação vai para o maior de todos os municípios, Londres, "a nossa Londres", como escreve. Os temas da preocupação tornam-se também visíveis: relação entre finanças públicas e privadas, diminuição de recursos das classes altas, aumento desmesurado de beneficiários do Estado de Bem Estar (Welfare State), preconizado para o período de post-guerra por Lord Beveridge.

De novo a população inglesa era confrontada com novos problemas e com a medida, radical ou tradicional, de os abordar. É precisamente pelas concepções radicalistas que o domínio dos trabalhistas tende a decrescer, e a confiança doada depois da guerra para vencer a crise a ser iludida por certos exageros de alguma facção política. Os motivos que se deparam são: a política de nacionalizações, a socialização da indústria, o excessivo intervencionismo estatal, uma direcção muito determinada no sentido da instituição de um regime socialista. Eram rumos que prenunciavam

algum descontentamento, fruto dos resultados obtidos, e pareceriam justificar, como escreve, uma "votação de protesto".

Perante uma tal situação Plácido preconiza já não uma dialética de contrários, mas uma tendência para o equilíbrio. É neste encontro de acção política, "um estado de síntese", como o designa, que espera "um estado social muito diferente do socialismo" (artigo de 4 de Junho). Os artigos continuam em 1959 e cessam em 1960, quatro anos depois do regresso à Galiza, em 1956.

Da sua colaboração radiofónica em língua galega, e jornalística em português, se podem evidenciar algumas linhas de força que passamos a enumerar: uma profunda admiração pela democracia, uma rejeição liminar pelos extremismos que nela possam ser admitidos, um grande entusiasmo pelos resultados da prática democrática, uma possibilidade que ela chegue um dia à sua terra natal. Mas fazendo-o num distanciamento crítico, e criterioso, para colocar estes seus problemas aos seus ouvintes e leitores. No desejo último de influir, a seu modo, numa realidade democrática de formação a que usamos dar o nome de opinião pública.

Eis, portanto, dada a experiência de um jornalista galego, usando a língua aos microfones de uma emissora de *broadcast*, escrevendo português em jornal, sobre assuntos de uma democracia alheia que desejava ver aplicada na sua terra. Ao tratar de jornalistas galegos e jornalistas portuguesas vim aqui lembrar, neste centenário, um jornalista que o foi nos dois modos aqui unidos. Portugueses e galegos entendemo-nos e não nos *entendimos*.

HISTÓRIA E TENDÊNCIAS DA INVESTIGAÇÃO SOBRE JORNALISMO NOS ÚLTIMOS 25 ANOS

Rogério Santos

Centro de Investigação Media e Jornalismo

A presente comunicação debruça-se sobre a investigação científica feita em jornalismo, especialmente nos últimos 25 anos. Considero 1978 como ponto de início do desenvolvimento da área, dado que, nesse ano, se assistiu à publicação de quatro importantes textos no estudo do jornalismo, no universo de língua inglesa. Tais clássicos também marcaram a investigação portuguesa, já em meados da década passada, quando se começou o seu estudo e discussão crítica nas universidades, como a Nova de Lisboa, e se traduziram parcelas de algumas dessas obras.

O que proponho é, pois, uma leitura selectiva do progresso da matéria. Como pontos principais da comunicação salientarei os livros publicados em 1978, as teorias da notícia e as várias disciplinas científicas que contribuem para as teorias da notícia, em termos de processo de produção da notícia. Darei voz aos que defendem que a matéria constitui apenas um campo de interesse e aos que entendem haver mesmo uma teoria da notícia. Destacarei ainda o papel dos media na relação com a cultura e na definição e preservação da democracia.

1 OS LIVROS DE 1978

Os livros de que falarei, todos saídos em 1978, foram escritos por Schudson, Hall e colegas, Schlesinger e Tuchman, nos Estados Unidos e no Reino Unido. Para além do impacto na altura do lançamento, importa realçar a sua fortuna posterior, pois, ao longo do último quarto de século, exerceram muita influência em investigadores de jornalismo, professores e alunos.

O primeiro texto, de Michael Schudson (*Discovering the news*), destacou o papel da *objectividade* nas notícias como produto social da democratização da vida política, social e económica do

começo do séc. XX. A objectividade surgia no momento em que se recebiam os factos com desconfiança, dada a eficácia propagandística das relações públicas após a I Grande Guerra. O autor americano também analisou a *cultura adversarial* ou cultura crítica existente entre jornalistas e autoridades governamentais (1978: 179). No seu livro, considera estar tal cultura mais presente nos jovens jornalistas, que têm menos memória do passado, como os pressupostos políticos da Guerra Fria e do conflito militar no Vietname. Em 1978, cresciam as vozes contra a intervenção americana no sudoeste asiático. Para Schudson, os jornalistas não impunham uma cultura adversarial mas correspondiam, dentro da perspectiva crítica, à postura encontrada nas suas fontes.

Ao consenso oficial sucedeu a dissensão, com posições descontentes face ao discurso oficial, o que alteraria radicalmente a opinião pública. Hoje, a relação adversarial entre jornalistas e as suas fontes de informação está bastante mais aculturada nos agentes sociais intervenientes nas notícias, a que se associa também a marca do cinismo, de crítica do jornalismo diante da autoridade instituída.

Se Schudson produziu uma perspectiva mais histórica, no estudo sobre o racismo de Stuart Hall et al. (*Policing the crisis*) prevaleceu uma posição marcadamente sociológica e estruturalista. Com base em análise de conteúdo sobre notícias publicadas, Hall e os seus colegas olharam os intervenientes directos na produção da notícia - jornalistas e fontes - e concluíram pela preponderância destas no enquadramento dos acontecimentos. Daí o conceito de *definidor primário*, de grande fama e discussão. As fontes poderosas, como membros do Governo, deputados e patrões, têm um acesso privilegiado aos jornalistas e apresentam a interpretação primária de um acontecimento ou tópico, comandando o desenvolvimento posterior do tratamento noticioso sobre esse mesmo assunto.

Houve críticas pertinentes ao conceito de definidor primário. Mais do que reproduzir a definição de um acontecimento, ao jornalista compete investigar e fornecer quadros de interpretação diferentes das fontes de informação. Se seguirmos a terminologia

dos investigadores de Birmingham, o jornalista também é um defensor primário. Em simultâneo, as fontes pareciam possuir um poder constante ao longo do tempo, quadro a-histórico que não existe. A dinâmica social não permite manter privilégios e domínios eternos. Philip Schlesinger seria um dos críticos mais concretos desta perspectiva. Mas isso ocorreu alguns anos depois (1990).

Em 1978, Schlesinger editava *Putting "reality" together*, uma brilhante tese de doutoramento sobre o trabalho interno da BBC. Ele desenvolveu temas como imparcialidade, exactidão, tempo, sistema editorial e relação entre jornalista e audiência (1980: 346). A notícia resulta da construção de uma versão específica da realidade, composta por *rotinas produtivas* assentes numa divisão apertada do tempo e do espaço disponíveis. O controlo exercido sobre os jornalistas, numa organização como a BBC, faz-se através do sistema editorial - da linha hierárquica - e da ideologia empresarial (ou corporativa). Significativamente, a publicação de textos preliminares antes de Schlesinger finalizar a observação participante na redacção da BBC trouxe problemas pessoais à sua investigação, com vários responsáveis do canal de televisão a negarem-lhe acesso, num momento de forte discussão na agenda pública do futuro da Irlanda (Schlesinger, 1980).

O quarto trabalho deste ano vintage foi o de Gaye Tuchman (*Making news: a study in the construction of reality*). A autora estudou, no estilo da observação sociológica de Chicago, as actividades dos jornalistas dentro e fora da sala de redacção, seguindo as histórias jornalísticas do começo até à sua impressão (1991: 85). Tuchman apresentou a notícia como *construção social* - a que voltarei à frente - e como *narrativa*. Tal como Schlesinger, ela adaptou aos estudos do jornalismo a perspectiva de construção social da realidade elaborada por Berger e Luckmann (1999). Para a autora, a notícia não define apenas mas reconstitui significados sociais e formas de fazer as coisas. Por outro lado, a notícia constrói-se como narrativa, ao pôr factos em estruturas e códigos culturais conhecidos e enquadrados. Um artigo de jornal conta uma histó-

ria, através de lógica própria com uma teia de factualidade e a sua forma narrativa associada (Tuchman, 1978: 217).

Os trabalhos académicos aqui referidos assentam basicamente numa vertente empírica e qualitativa dos estudos do jornalismo, com fundamento em estudos anteriores. Já nos longínquos anos 20, Robert Park, que combinava uma experiência rica de jornalista e professor, ensinara os seus alunos de Chicago a fazer investigações empíricas no terreno. Nos anos de 1940 a 1960, quando a maioria dos estudos era quantitativa - marcados pela universidade de Columbia e pelos estudos de Paul Lazarsfeld sobre a influência exercida nas pessoas pelos media, e cuja orientação comercial foi incontestada e hegemónica por longos anos -, alguns projectos retomavam a observação participante. E, já nos anos de 1970, ao mesmo tempo que se dava a influência da poderosa semiótica sobre a análise das notícias, os trabalhos de campo vingavam de novo.

Colocado para além do quarteto de obras fundamentais para o estudo do jornalismo, saídas em 1978, não quero deixar de referir outro texto, o de Todd Gitlin (2002). É um trabalho significativo, antes ainda da sua obra de marca (*The whole world is watching*), no qual analisou criticamente o paradigma dominante da sociologia do jornalismo durante décadas - ideias, métodos e resultados associados ao acima mencionado Lazarsfeld - e a sua queda, possibilitando a emergência de novos estudos e correntes, como os que destaco aqui. Ao pôr em causa os fundamentos da escola funcionalista, e o modelo liberal-pluralista a si associado, Gitlin propunha a teoria crítica como alternativa que explica a sociedade e contextualiza o papel moderno dos media.

Dois dos estudos saídos da fornada de 1978 (Tuchman, Schlesinger) tiveram por objecto central, como vimos, a análise das organizações noticiosas, em especial a estrutura redactorial. O trabalho individual do jornalista, os constrangimentos de tempo e espaço, a cultura organizacional e a relação entre jornalista e editor constituíram algumas das preocupações essenciais dos jovens investigadores saídos das universidades americanas e inglesas. Tuchman, em texto sobre metodologia quantitativa do estudo das

notícias (1991), considera que muitos destes trabalhos associam o processo de fazer as notícias (*making the news*) com significados ideológicos. E aponta os trabalhos de Hall et al. e de Schlesinger, ambos de 1978, como exemplos dessa combinação.

A sociedade no todo, com as suas questões, lutas e perspectivas, influencia a escrita do jornalismo, molda a agenda noticiosa. Hall et al. escreveram sobre roubos por esticão (*mugging*) e pequena delinquência num quadro de luta racial; bastante mais tarde, Schlesinger, Miller e Dinan (2001) debruçaram-se sobre a "identidade nacional" da Escócia e a importância do Parlamento regional face ao centro constituído por Londres. Os fenómenos de integração ou dissensão social, política e religiosa, e a sua profunda repercussão nas notícias foram dissecados por estes autores.

Para concluir o primeiro ponto da comunicação, chamo a atenção para os verbos presentes nos títulos das quatro obras seleccionadas de 1978. Tais verbos são (ou aproximam-se de): *descobrir*, *controlar*, *fazer* e *construir* a realidade. Por um lado, houve o reconhecimento da importância da nova matéria, o jornalismo, num momento em que surgiam causas sociais de novo tipo - a luta contra a guerra e as armas nucleares, o feminismo, a procura de uma maior liberdade individual. Por outro, os autores tiveram a consciência da artificialidade da notícia - esta é algo que se sobrepõe à realidade dos factos. A parcialidade, que se pode instalar por detrás da notícia *construída*, levou alguns investigadores a afirmar que os media mantêm mais o "statu quo" do que contribuem para a mudança social (McQuail, 2002; Traquina, 2002).

2 AS TEORIAS DA NOTÍCIA

Abandonemos, por agora, o elencar de obras fundamentais para a nossa área de investigação e foquemo-nos na construção da teoria ou teorias das notícias. Como ponto principal de análise, incluo o processo de produção da notícia e deixo quase totalmente de lado a investigação feita quanto à transmissão e à recepção da notícia.

Ao falar de *teoria da notícia*, tenho a noção implícita de um conjunto de regras e definições científicas que existem em torno do

jornalismo. Isto é, além do fazer, há uma reflexividade sobre o fazer. A teoria da notícia não tem, no entanto, um texto ou pai fundador. Antes se constitui pelo cúmulo de conceitos, investigações empíricas e discussão em redes de académicos à volta das universidades, centros, reuniões e revistas científicas, ao longo dos anos. A par disso, frise-se o esforço de recolhas antológicas de textos clássicos, como o feito em Portugal por Traquina (1993) e Pissarra Esteves (2002). Para além de inventariar conceitos e correntes, a divulgação incentiva a experimentação no terreno.

Ora, nesta discussão, há quem pense o jornalismo como actividade prática e objectiva que se esgota em si: o reportar acontecimentos. Neveu escreveu, embora no sentido adequado, que o jornalismo é uma actividade "orientada para a recolha do facto" (2001: 10). A teoria *do espelho* nasceu em tal contexto - um conjunto de normas e procedimentos profissionais garante a recolha imparcial de informação e relato do facto. O conceito de objectividade emerge dessa cultura.

Mas, se for como propõe a teoria do espelho, o jornalista não passa de um mero mediador e confunde-se com o profissional que pesquisa informação estatística em bases de dados e extrai tendências a mostrar num congresso. Daí a necessidade de configurar a profissão de jornalista de outro modo e de pensar a actividade e os seus resultados dentro de um campo teórico, sistematizado e de representação lógica e racional.

Para o período anterior aquele que estou a abordar - antes de 1978 - existem duas teorias principais aplicadas à notícia, como considerou Traquina (2001, 2002): (1) *acção pessoal*, em que o processo de produção da notícia se encara como sendo uma sucessiva série de escolhas e decisões sobre o que é importante publicar e qual o ângulo a seguir, presente em David Manning White (1993), o *gatekeeping*, e (2) *acção organizacional*, que parte da análise do trabalho do jornalista individual para a mais abrangente, a da organização jornalística, dentro da qual se insere o jornalista, e que o texto clássico de Warren Breed seria o exemplo perfeito nos anos 1950. Para Breed (1993), o jornalista adere aos ideais pragmáticos

da equipa redactorial a que pertence e não toma em conta os interesses específicos de leitores ou telespectadores.

Já dentro do período da minha análise, surgiu a teoria da *acção política*, nomeadamente em Edward Herman e Noam Chomsky (1994), para quem os media noticiosos, em especial nos Estados Unidos, são instituições que ajudam a perpetuar o sistema social do capitalismo. Segundo esta teoria, também chamada de *modelo de propaganda*, a notícia é sempre uma distorção ao serviço de interesses políticos e o jornalista um joguete nas mãos dos poderosos.

A pesquisa dos autores ligados à acção pessoal e à acção organizacional (White, Breed) seguiu os traços típicos da teoria funcionalista, então preponderante. Uma actividade via-se decomposta por etapas e com uma hierarquia determinada previamente. Era relativamente fácil analisar um momento do fluxo de informação e decisão, numa altura em que os conceitos de turbulência, jogo e dissimulação ainda não entravam no quotidiano da análise dos cientistas sociais. Visto à posteriori, este mecanicismo foi prejudicial: a selecção da notícia tinha uma explicação tão justificada e objectiva quanto o olhar do jornalista sobre o acontecimento.

A notícia não é, contudo, apenas fruto da decisão do editor ou da organização e deve ler-se num quadro amplo e geral, o da sociedade, onde os fluxos trocados e a relação de poder entre os vários agentes envolvidos são uma actividade constante mas em equilíbrio sempre instável. A pressão dos grupos de interesses identificados ou não, o *spin control* e a escolha do momento oportuno para fugas de informação são algumas das manobras que os promotores usam para fazer reverter a seu favor o desempenho da notícia.

Tais modos de pressão jogam com a realidade da sala de redacção. Importa realçar que, cada vez mais, o que sabemos é-nos fornecido pelos media. Ou que, como escreve Traquina (2002: 95), os "media noticiosos estruturam inevitavelmente a sua representação dos acontecimentos". A notícia é um modo de construir a realidade, padrão utilizado pelos autores atrás apresentados (ponto 1). A teoria por detrás desta regra é a *estruturalista*, que vê a notícia

como *construção*. O estruturalismo, elaborado durante os anos de 1970, foi dominante nos primeiros anos da década seguinte e deixou marcas que ainda hoje se prolongam.

O estudo etnográfico das redacções estimulou o aparecimento de vários assuntos. Tuchman (1978) realçou a especialização em temas e rubricas num jornal (secções) e a construção de uma *rede noticiosa* (*news net*), também trabalhada por Hess (1984). A rede noticiosa de Tuchman decompõe-se em dois elementos que "agarram" o acontecimento. Pelo primeiro, a *ordem no espaço*, dá-se a cobertura permanente ou regular de locais e personalidades de maior previsibilidade em *valor-notícia* (*news value*), como o Presidente da República, o Primeiro-Ministro e o Parlamento. Pelo segundo, a *ordem no tempo*, o planeamento do serviço de agenda conduz o jornalista a seguir o previamente organizado com frequência.

A ordem no espaço e a ordem no tempo são critérios de escolha e orientação - são convenções que balizam o labor do jornalista. Ao estudarem a construção dos noticiários televisivos, Gurevitch e Blumler (1993: 193) defendem a existência de *convenções*, tais como o rigor e a interpretação em termos de imparcialidade e equilíbrio. Tais convenções, segundo Schudson (1993: 280), "ajudam a tornar as mensagens legíveis".

A teoria estruturalista opera com um elemento - o *contexto* da notícia - comum a outra teoria da notícia, a *interaccionista*, a ver de seguida. O *contexto* significa uma relação existente entre o processo de produção da notícia e a sociedade. Uma notícia não provém do vazio ou de uma realidade neutra - ela é fruto da relação que existe entre um acontecimento, o seu registo e relato e a sociedade em que ocorre o acontecimento e a sua interpretação.

Antes de entrar na análise e interpretação do interaccionismo, explorarei vários conceitos e autores. Um dos conceitos fundamentais para a minha discussão é o de *campo jornalístico*, desenvolvido por Pierre Bourdieu (1997). Para Bourdieu, o campo é um espaço social onde, no seu interior, existem relações de força entre agentes. Estas relações de força incluem o domínio de recursos

financeiros, institucionais e de capital cultural. Bourdieu analisa o campo jornalístico dentro de uma perspectiva de concorrência entre o pólo intelectual (os jornais que propõem análises e comentários) e o pólo comercial (os jornais que oferecem notícias sensacionalistas e visam vendas e audiências).

A discussão crítica provocada por este trabalho - (a) não há investigação empírica a suportar o texto, (b) não se distinguem jornais e jornalistas, quando se sabe existir um círculo, o dos grandes media, que controla, ou tem uma grande garantia sobre, o que se faz e diz, e (c) o autor fala de jornalistas mas nunca refere fontes - aparece contrabalançada pelo fascínio que Bourdieu exerceu sobre os teóricos do jornalismo, nos dois lados do Atlântico. Em França, Patrick Champagne e Érik Neveu foram dos mais importantes sociólogos a sentir a sua influência. Em língua inglesa, Schlesinger (1990) e Ericson, Baranek e Chan (1989) trabalharam acentuadamente Bourdieu, que teve ainda direito a um número especial da revista *Media, Culture and Society*.

Na teoria *interaccionista*, para além de Bourdieu, encontramos a influência da sociologia geral de Norbert Elias e de Erving Goffman, autores consagrados ainda antes do período a que dedico a minha comunicação. Por um lado, Elias trabalhou a interacção, a partir da analogia com o jogo de xadrez: à acção de um jogador opõe-se a reacção do outro jogador, o que limita a capacidade de intervenção e de previsão. A sociedade vê-se como tecido que se move e muda conforme as múltiplas dependências que ligam os indivíduos (Elias, 1999: 109). Por outro lado, Goffman (1991, 1993) colocou a tónica no papel do agente social enquanto construtor do quotidiano. Pelo conceito de *quadro*, classifica os efeitos das interacções: o diálogo entre dois locutores extravasa a mera exposição de factos e leva a uma sequência de posições que envolve os intervenientes, em movimento e interdependência.

Os conceitos de Goffman de *quadro* (*frame*) e de *tira* (*strip*) seriam, depois, aplicados aos estudos do jornalismo por Gaye Tuchman, autora marcada pelo interaccionismo. Conjugada no jornalismo, a teoria interessa-se pela construção da notícia mas tam-

bém pela relação estabelecida entre os agentes sociais que se envolvem na notícia - jornalistas e fontes de informação, tema que a minha própria investigação tem acompanhado (Santos, 1997, 2001, 2002).

A teoria interaccionista consagra o princípio da *negociação* de significados entre os agentes sociais na notícia. O campo jornalístico é uma luta em torno da construção de um acontecimento por agentes sociais dotados de recursos económicos e capital cultural. Esta perspectiva, para além da influência directa de Bourdieu, teve origem no estudo seminal de Molotch e Lester (1993), conquanto noutros termos. Quando dissecam os promotores da notícia, Molotch e Lester distinguem executor e informador, sendo o primeiro o que faz o acontecimento e o segundo o que não participa mas comunica o acontecimento ao jornalista. Além disso, fonte e jornalista têm *necessidades de acontecimentos* - aquela porque precisa publicitar as suas acções, o segundo porque tem um espaço/tempo de informação a preencher com regularidade.

Isto pressupõe uma dimensão para dialogar e negociar. A negociação de significados entre os agentes sociais implica o estabelecimento de relações complementares de *cooperação* e *autonomia* (Ericson et al., 1989; Blumler e Gurevitch, 1995). A interacção decorre ainda entre os próprios jornalistas, elementos da mesma profissão mas pertencentes a diferentes organizações noticiosas, e por isso *concorrentes* e *colegas* (Tunstall, 1971).

A teoria interaccionista considera ainda o efeito do factor *imprevisibilidade* e novidade na construção da notícia. Se a notícia nova é o "sal" da actividade do jornalista, "criatura obcecada pelo actual", como escreve Palmer (2000), o previsível está igualmente presente. Gitlin (1994: 31-32) designa por *prémio da racionalidade* a expectativa jornalística de antecipar o imprevisível, graças à sistematização, implantação de modelos de conformidade e rejeição de elementos subjectivos. Num estudo empírico, verificou-se que 90% dos títulos da primeira página se baseavam em acontecimentos planeados e intenções dos seus promotores (Santos, 2002). Noutro estudo de caso, a análise de notícias televisivas sobre con-

gressos políticos, encontram-se simultaneamente o previsível (o discurso do líder partidário e de outras figuras que apoiam ou discordam do líder, os rituais do encontro político) e o imprevisível (a *gaffe*, a frase sonante, a entrevista a delegados anónimos) (Santos, Ventura e Calado, 2002).

Entre a teoria *estruturalista* da construção e a teoria *interacionista* há muitas aproximações. Ambas defendem a construção da notícia não como acção neutra mas a partir de um contexto social. A tirania do tempo e do espaço - a sua escassez - sobre o trabalho do jornalista e as rotinas enquanto elemento crucial no processo de produção da notícia são factores defendidos pelas duas teorias. Os autores ligados às duas correntes partem de áreas científicas próximas, a sociologia e a etnografia, cujo objecto principal de investigação é o comportamento do ser social e, através da observação directa, traçar regras gerais da sua actividade e das instituições a que pertence. Ou trabalham as duas ciências sociais em simultâneo, como Tuchman. A diferença principal reside em que a teoria interaccionista descreve melhor os fluxos existentes entre os vários agentes sociais, cujo resultado é a notícia. A teoria interaccionista encontra-se mais bem aparelhada para trabalhar conceitos como processo social, poder e controlo, e negociação entre agentes sociais.

As teorias acima referidas têm um interesse particular no processo de produção da notícia, mas não dão relevo à recepção. Ora, uma boa parte da investigação sobre o jornalismo, desde os estudos psicológicos da escola funcionalista, ocupa-se dos fenómenos da recepção. Basta lembrar os trabalhos recentes de David Morley, sobre a recepção de programas de televisão e as conclusões que a audiência é activa e o conteúdo mediático é polissémico ou aberto à interpretação (1996: 279), e de Stuart Hall (1996), sobre codificação e decodificação, com continuidade nos estudos organizados pela Open University (Paul du Gay et al., 1997). Entre nós, Isabel Ferin e colegas têm trabalhado o impacto das telenovelas brasileiras na cultura portuguesa (2002, a publicar).

3 AS DISCIPLINAS CIENTÍFICAS

Até aqui falei de teoria da notícia e dos estudos de jornalismo, com recurso abundante aos sociólogos, que olham a matéria sob ângulos variados. Há autores que escreveram sobre sociologia do jornalismo (Neveu, 2001; McNair, 1998; Schlesinger, 1990), enquanto outros se debruçaram sobre sociologia dos media (Curran, 1996) e sociologia da produção noticiosa (Schudson, 2000).

Existe, pois, uma forte contaminação da sociologia sobre os estudos do jornalismo. Mas também são evidentes as influências vindas de outras ciências sociais: psicologia, história, etnografia, economia política, teoria das organizações e crítica literária ou análise discursiva. Tal pluralidade de ciências sociais encontra paralelo nos métodos utilizados na investigação, como lembra Halloran (1998: 18). Na pesquisa sobre jornalismo, métodos quantitativos e métodos qualitativos são ambos válidos. Mas Halloran vai mais longe, ao concluir que a comunicação de massa - e por extensão o jornalismo - é um campo de interesse e não uma disciplina. Falta aos estudos de jornalismo, assim, conceber um modelo teórico próprio face às outras disciplinas.

Ora, importa realçar os pontos fortes de tal multiplicidade de discursos e práticas e as oportunidades que se oferecem. No começo do ponto anterior, tinha salientado que a teoria da notícia se constitui pelo acumular de conceitos e discussões em torno de encontros, revistas e cursos universitários. Isto quer dizer que as comunidades ou redes de cientistas sociais, em contextos disciplinares e culturais específicos, experimentam regras e métodos, apesar de um quadro partilhado de referências.

É visível a pluralidade de disciplinas, objectos de estudo e definições nos especialistas da matéria. Para Brian McNair (1998: 3), a sociologia do jornalismo refere-se ao jornalismo e à sua relação com a sociedade em que ele se produz. Os interesses fundamentais são compreender o impacto dos media jornalísticos e ler as determinantes sociais do produto jornalístico. Um antropólogo, Kelly Askew (2002: 10), fornece outra perspectiva, a de os media operarem com várias dimensões das ciências sociais, constroem

culturas e constituírem um aspecto da vida contemporânea, o qual se associa à arte, à religião e à organização social.

A esta posição holística opõe-se Neveu (2001: 6), que desloca a dimensão etnográfica para o interior do próprio processo de produção da notícia. Para ele, a sociologia do jornalismo consiste em compreender o que se faz na redacção, como resultado da recolha de factos (entrevistas, captação de imagens, triagem de comunicados e informações). Também Schlesinger argumentou a favor da etnografia, que produz informação valiosa sobre práticas de trabalho e ideologias dos produtores culturais (ou jornalistas) (1980: 363). Schlesinger aposta muito na multiplicidade de perspectivas de investigação, com a observação participante a ser contributo complementar das formas de análise textual e dos estudos culturais. Pelo cruzamento dos métodos, e pela consequente comparação de dados, ao investigador é dada a possibilidade de observar os movimentos de crise durante o processo do trabalho jornalístico.

Vários autores aplicaram a teoria das organizações para analisar a profissão de jornalista (Elliott, 1977; Soloski, 1993; Neveu, 2001). Se uma profissão normal possui características como diploma de acesso à profissão e monopólio sobre a actividade (casos do advogado e do médico), o jornalismo não possui propriamente tais características gerais. A discussão tem sido a de se saber se o jornalismo é uma profissão ou uma ocupação. Para Soloski, o profissionalismo jornalístico expressa-se através de dois modos relacionados: 1) os padrões e normas; 2) o sistema de recompensa profissional. A análise da escada profissional na promoção interna dos jornalistas conduz-nos à abordagem microsociológica e ao processo de luta e apoios intra-organizacionais em que os sujeitos individuais se movimentam.

Os processos científicos de análise enunciados acima têm em vista o estudo da curta duração, o corte no tempo e no espaço das organizações estudadas. O escopo analítico dos investigadores - sociólogos, etnólogos - é examinar as estruturas existentes, com as suas relações de poder, luta e negociação, num dado momento e lugar. O historiador acrescenta, a este âmbito, o exame digressi-

vo, diacrónico, através do tempo, onde emergem com mais evidência as estruturas e as tendências de longo prazo. Ricoeur (1983), ao falar-nos de história, interpreta a narrativa sequencial e o desencadear de uma intriga a partir da existência do facto, e compara o tempo curto com o tempo mais alargado da conjuntura e o ainda maior da estrutura. O historiador, se perde a observação directa, as reacções do actual ao vivo, os pormenores que não ficam registados (às vezes, unicamente a espuma das situações), ganha a consistência de entender para onde foram os agentes sociais e quais as condicionantes e acasos que os levaram por esse caminho.

Em tal sentido, compreende-se o peso do trabalho de Curran (1996), o qual mostrou a importância da história nas teorias da notícia, quando analisou a produção científica da área, no período compreendido entre 1975 e 1990. Para tornar mais vivo o desenrolar diacrónico, o autor apresentaria duas tendências opostas nos objectivos e resultados, mas que se aproximaram depois. À primeira, chamou *liberal-pluralista*, que vê os media como reflexo da sociedade e com a autonomia das organizações jornalísticas a permitir que os jornalistas critiquem livremente a sociedade. À segunda, chamou *radical*, para quem os media são parte da arena ideológica e onde os jornalistas socializam e interiorizam as normas da classe dominante.

A dupla de correntes, que se opõem mas se articulam depois, é uma forma de mostrar o movimento e o devir. Curran entende que, por um lado, os media são agências poderosas de reforço de um poder, indo até ao reforço selectivo, e, por outro lado, os media denunciam as pressões que se exercem sobre a sua autonomia. O autor identifica algumas forças que conduzem os meios de comunicação a alimentar a autonomia quando eles próprios propõem novas perspectivas de poder cultural e político e realçam o poder de fontes não oficiais (fundamentais em dados momentos), da redacção, do consumidor e do mercado (1996: 142-147).

Compreende-se, por outro lado, o peso da história nos avanços de transmissão e difusão da informação. Sousa (2000: 24) - que edifica uma teoria da notícia assente em algumas forças - realça a

relevância do factor *actualidade* a partir do aparecimento do telégrafo. A rapidez e a concisão dariam um toque mais objectivo à notícia.

Também no sentido de entender a notícia como tipo especial de narrativa estão os estudos do discurso (Van Dijk, 1990; Fairclough, 1995; Bell e Garrett, 1998). As práticas do discurso mediático relacionam-se com os processos mais vastos da mudança social e cultural. Van Dijk procura integrar a produção e interpretação do discurso a par da análise textual; Fairclough fala de *intertextualidade*, uma ponte entre as dimensões do texto e da prática discursiva (1995: 75).

Outra disciplina, a da cultura, tem influenciado a teoria da notícia. Um dos mais proeminentes autores dos estudos culturais, James Carey, escreve que a notícia é "uma forma de cultura inventada por uma classe particular num ponto particular da história - neste caso pela classe média no séc. XVIII" (1992: 21). Como qualquer outra forma cultural inventada, conclui Carey, a notícia tem uma característica própria, no caso a de ser única, original e nova. Já o texto clássico de Galtung e Ruge (1993: 67) aludia a factores culturais que influenciam a transição do acontecimento para notícia, salientando que aquele se transforma mais provavelmente nesta se diz respeito a nações ou pessoas de elite ou se o acontecimento é negativo.

Schudson (1993: 280), a propósito da estrutura de pirâmide invertida e do parágrafo de abertura nas notícias, entende - como já atrás destacámos - que tais "convenções ajudam a tornar legíveis mensagens culturalmente consistentes e mensagens culturalmente dissonantes". E, em texto mais recente, Schudson (2000), para além da análise de economia política das notícias e da organização social do trabalho jornalístico, dá grande ênfase ao contributo cultural, quando relaciona um acontecimento e um dado sistema simbólico.

Finalmente, dentro das disciplinas científicas que estudam o jornalismo, temos a teoria da economia política (Mosco, 1996; Mattelart e Mattelart, 1997; Golding, 1997; Golding e Murdock, 2000), que se preocupa com o estudo das relações sociais e de

poder, em especial as estabelecidas entre produção, distribuição e consumo de recursos.

Uma das preocupações essenciais da economia política é a concentração da propriedade, nomeadamente quando está em jogo a convergência de sectores como as telecomunicações e os media. A teoria inclui ainda a análise da resistência das classes subordinadas ao poder capitalista e às práticas de liberalização, comercialização e privatização das indústrias de comunicação. Nesse sentido, Mattelart e Matellart (1997: 95) entendem que, no momento em que a lógica comercial se alarga no mercado, é importante perceber o "processo de exploração das actividades culturais pelo capital".

4 NOVOS CAMPOS DE INVESTIGAÇÃO DOS MEDIA

Embora já com pouco tempo para me debruçar atentamente sobre outras áreas de investigação em jornalismo, não deixo de salientar a importância dos novos media e das tecnologias a eles associadas, o impacto da comunicação global (agências internacionais de informação), o papel dos media na defesa da democracia e os estudos feministas dos media.

Quanto à primeira linha de investigação, os *novos media*, parece-me suficiente citar um livro recente de John Pavlik, *Journalism and new media*. Pavlik, logo na introdução, refere o novo jornalismo ubíquo (o mundo assiste em simultâneo a um acontecimento ocorrido num local), com acesso de informação global, reportagem instantânea, interactividade, conteúdo multimedia e orientação para o cliente (2001: xi). Internet, videotelefones, serviços de banda larga e televisão interactiva são algumas das possibilidades disponíveis desde já e que têm um efeito imediato nas formas de recolher, tratar e difundir a informação na idade digital.

Entre muitas outras diferenças, Pavlik chama a atenção para a mudança estrutural das redacções, que deixam de seguir a figura de linha como se fosse uma unidade militar - indo do jornalista ao editor e ao director -, para passar à organização descentralizada e flexível, em especial nas redacções online (2001: 109).

O novo tipo de estrutura não isenta, contudo, a profissão de enfrentar perigos, como apuro já a seguir.

A segunda linha, a comunicação vista do prisma do *global* por oposição ao local, é um tema muito discutido na actualidade (Sreberny, 2000), em especial se ligado à teorização das agências internacionais de informação (Boyd-Barrett e Rantanen, 2002). Para Giddens (2000: 87), o "mundo tornou-se num único sistema social, consequência dos nascentes laços de interdependência que hoje em dia afectam praticamente toda a gente". Num outro livro, o mesmo Giddens (1994: 19) afirmaria ser a globalização um "processo de desenvolvimento de laços genuinamente mundiais". Também Castells (2000: 87) salienta a globalização, em que actividades produtivas, consumo e circulação se organizam numa rede de conexões.

Na opinião de Annabelle Sreberny (2000: 94), estudiosa do fenómeno da globalização, os media desempenham um papel central nesse processo. Mas a investigadora acha que, raramente, global significa universal, e implica, isso sim, um ascendente de poder dos agentes sociais do Norte por oposição aos do Sul. E Boyd-Barrett e Rantanen (2002: 218), que escreveram sobre as agências internacionais de informação, concluem pela duplicidade de actuações. Por um lado, publicitam-se as vantagens do mercado aberto nas notícias, num contributo para o livre fluxo de informação. Por outro lado, agências como a AFP, a AP, a Reuters e a UPI simulam um pluralismo a nível mundial mas controlam a circulação da informação a nível dos países. E, com o presente processo de concentração, desregulação, privatização e comercialização, verifica-se o crescimento da hegemonia exercida pelas grandes agências de informação.

É a questão da *democracia* e do papel que os media têm na sua defesa que constitui uma terceira linha de investigação em jornalismo. Em seminário internacional que o CIMJ organizou em 2000, a propósito dos 25 anos de Lei de Imprensa em Portugal, o académico Thomas Patterson proferiu uma importante comunicação sobre o exercício da cidadania e o poder dos media (2002).

Para o professor americano, os dois grandes pressupostos do jornalismo livre são a ausência da censura prévia, com o reconhecimento do direito do público ser informado, e a protecção contra a acusação de difamação. Isto é, se os media são livres de criticar as acções de um governo, também o são para criticar as figuras públicas, dentro e fora do governo, o que as obriga a comportarem-se de forma mais responsável.

Fornecer uma imagem fiável do mundo e dar voz à opinião dos cidadãos formam dois elementos chave na adequada actuação dos media e dos seus profissionais, os jornalistas. Porém, e como já fiz destacar a propósito das duas anteriores linhas de investigação, a concentração da propriedade económica e a revolução tecnológica podem enfraquecer o jornalismo e a própria democracia.

Numa quarta linha de investigação, a questão do *género* (sexo) nos media mexe com vários aspectos existentes na relação entre estes e a cultura. Uma das questões é a própria definição de género: se algumas teorias feministas assumem a identidade como essencial do género, a maioria entende o género como construção social e cultural baseada em distinções biológicas (Van Zoonen, 1995: 315). Para McQuail (1994: 261), o principal problema é ver a "posição" do texto quanto à mulher nas narrativas e interacções textuais e, deste modo, contribuir para uma definição de feminidade. A diferença no género, o corpo, a esfera pública e as novas tecnologias são outros territórios a promover pelos estudos feministas (Press, 2000).

De acordo com Van Zoonen (1995), os estudos feministas sobre as notícias concluem que os homens estão mais vezes representados nos media, com mais poder e raramente em ambiente familiar, ao passo que as mulheres aparecem frequentemente junto da família, são jovens e bonitas e, se surgem no local de trabalho, desempenham tarefas inferiores às dos homens, conjunto de estereótipos alicerçados por décadas de domínio dos homens nos principais lugares das organizações mediáticas.

5 CONCLUSÕES

Na comunicação, considerei basicamente a produção científica dos últimos 25 anos, onde se constata uma orientação específica para os estudos empíricos e uma orientação para as problemáticas (produção noticiosa, relação entre jornalistas e fontes, estudos de género e cultura).

Ao abordar as correntes teóricas, deixei claro não haver ainda um modelo conceptual próprio, mas sim uma pluralidade de teorias. Destas, destaquei a interaccionista como a mais capaz de estabelecer o quadro de actividades dos vários agentes sociais envolvidos e dos seus interesses colocados no campo jornalístico, como chamou Bourdieu (1997), ou campo de notícia, como eu próprio designei (Santos, 1997).

A comunicação atendeu em especial à produção literária anglo-americana e às repercussões sobre a investigação nas universidades e nos centros de investigação, sem se reservar um espaço independente para a reflexão das tendências de investigação em Portugal. Devemos todos fazer um forte esforço em tal sentido; creio que este espaço é um bom ponto de partida. Lembro que, embora num âmbito mais lato, foi publicado um estudo recente sobre as correntes teóricas da comunicação na América Latina, do professor mexicano Gustavo León Duarte (2002), onde é feita a ponte entre os mundos da Península Ibérica e da América do Sul.

BIBLIOGRAFIA

- Askew, Kelly e Richard Wilk (eds.) (2002). *The anthropology of media - a reader*. Malden e Oxford: Blackwell.
- Bell, Allan e Peter Garrett (eds.) (1998). *Approaches to media discourse*. Oxford e Malden: Blackwell.
- Berger, Peter e Thomas Luckmann (1966/1999). *A construção social da realidade*. Lisboa: Dinalivro.
- Blumler, Jay e Michael Gurevitch (1995). *The crisis of public communication*. Londres e Nova Iorque: Routledge.
- Bourdieu, Pierre (1994/1997). *Sobre a televisão*. Oeiras: Celta.
- Boyd-Barrett, Oliver e Terhi Rantanen (2002). "Theorizing the news agencies". In Denis McQuail, *McQuail's reader in mass communication theory*. Londres, Thousand Oaks e Nova Deli: Sage.
- Breed, Warren (1955/1993). "Controlo social na redacção. Uma análise funcional". In Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega.
- Carey, James (1989/1992). *Communication as culture. Essays on media and society*. Nova Iorque e Londres: Routledge.
- Castells (2000). *A sociedade em rede*. S. Paulo: Paz e Terra.
- Curran, James (1996). "Rethinking mass communication". In James Curran, David Morley e Valerie Walkerdine (eds.), *Cultural studies and communications*. Londres: Arnold.
- Duarte, Gustavo León (2002). "Teorías e investigación de la Comunicación en América Latina. Situación actual". *Selecciones de Infoamérica*, nº 2 (Outubro) (<http://www.infoamerica.org>).
- Elias, Norbert (1999). *Introdução à sociologia*. Edições 70: Lisboa.
- Elliott, Philip (1977). "Media organizations and occupations: an interview". In James Curran, Michael Gurevitch e Janet Woolcott

(eds.), *Mass communication and society*. Londres: Edward Arnold e Open University Press.

Ericson, Richard V., Patricia M. Baranek e Janet B.L. Chan (1989). *Negotiating control: a study of news sources*. Toronto: University of Toronto Press.

Esteves, João Pissarra (org.) (2002). *Comunicação e Sociedade*. Livros Horizonte e CIMJ: Lisboa.

Fairclough, Norman (1995). *Media discourse*. Londres, Nova Iorque, Sidney e Auckland: Arnold.

Ferin, Isabel, Catarina Burnay e Leonor Gameiro (2002). "A ficção em português nas televisões generalistas: um estudo de caso". *Observatório*. A publicar.

Galtung, Johan e Mari Holmboe Ruge (1965/1993). "A estrutura do noticiário estrangeiro. A apresentação das crises do Congo, Cuba e Chipre em quatro jornais estrangeiros". In Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega.

Gay, Paul du, Stuart Hall, Linda Janes, Hugh Mackay e Keith Negus (1997). *Doing cultural studies. The story of the Sony Walkman*. Londres, Thousand Oaks e Nova Deli: Sage e Open University.

Giddens, Anthony (1991/1994). *Modernidade e identidade pessoal*. Oeiras: Celta.

Giddens, Anthony (1989/2000). *Sociologia*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Gitlin, Todd (1980). *The whole world is watching*. Berkeley, Los Angeles e Londres: University of California Press.

Gitlin, Todd (1983/1994). *Inside prime time*. Londres: Routledge.

Gitlin, Todd (1978/2002). "Sociologia dos meios de comunicação social - o paradigma dominante". In João Pissarra Esteves (org.), *Comunicação e Sociedade*. Livros Horizonte e CIMJ: Lisboa.

Goffman, Erving (1993). *A apresentação do eu na vida de todos os dias*. Lisboa: Relógio d'Água.

Golding, Peter (1981/1997). "The missing dimensions news media and the management of change". In Tim O'Sullivan e Yvonne Jewkes (eds.), *The media studies reader*. Londres, Nova Iorque, Sidney e Auckland: Arnold.

Golding, Peter e Graham Murdock (2000). "Culture, communications and political economy". In James Curran e Michael Gurevitch (eds.), *Mass media and society*. Londres e Nova Iorque: Arnold, 3ª ed.

Gurevitch, Michael e Jay Blumler (1982/1993). "A construção do noticiário eleitoral: um estudo de observação na BBC". In Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega.

Hall, Stuart (1980/1996). "Encoding/decoding". In Stuart Hall, Dorothy Hobson, Andrew Lowe e Paul Willis, *Culture, media, language*. Londres e Nova Iorque. Routledge.

Hall, Stuart, Chas Critcher, Tony Jefferson, John Clarke e Brian Roberts (1978). *Policing the crisis - mugging, the State, and Law and Order*. Nova Iorque: Holmes & Meier Publishers.

Halloran, James (1998). "Mass communication research: asking the right questions". In Hansen, Anders, Simon Cottle, Ralph Negrine e Chris Newbold, *Mass communication research methods*. Hampshire e Nova Iorque: Palgrave.

Herman, Edward e Noam Chomsky (1988/1994). *Manufacturing consent*. Londres: Vintage.

Hess, Stephen (1984). *The government/press connection - press officers and their offices*. Washington: The Brookings Institution.

Mattelart, Armand e Michèle Mattelart (1995/1997). *História das teorias da comunicação*. Porto: Campo das Letras.

McNair, Brian (1998). *The sociology of journalism*. Londres, Nova Iorque, Sidney e Auckland: Arnold.

McQuail, Denis (1994). *Mass communication theory. An introduction*. Londres, Thousand Oaks e Nova Deli: Sage, 3ª ed.

Molotch, Harvey e Marilyn Lester (1974/1993). "As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos". In Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega.

Morley, David (1996). "Populism, revisionism and the 'new' audience research". In James Curran, David Morley e Valerie Walkerdine (eds.), *Cultural studies and communications*. Londres: Arnold.

Mosco, Vincent (1996). *The political economy of communication*. Londres, Thousand Oaks e Nova Deli: Sage.

Neveu, Érik (2001). *Sociologie du journalisme*. Paris: La Découverte.

Palmer, Michael (2000). "The historian and the news agency". In Howard Tumber (ed.), *Media power, professionals and policies*. Londres e Nova Iorque: Routledge.

Patterson, Thomas (2002). "Os media como actores políticos". In CIMJ, *Media, jornalismo e democracia*. Lisboa: Livros Horizonte e CIMJ.

Pavlik, John (2001). *Journalism and new media*. Nova Iorque: Columbia University Press.

Press, Andrea (2000). "Recent developments in feminist communication theory: difference, public sphere, body and technology". In James Curran e Michael Gurevitch (eds.), *Mass media and society*. Londres e Nova Iorque: Arnold, 3ª ed.

Ricoeur, Paul (1983). *Temps et récit*. Tome 1: *L'intrigue et le récit historique*. Paris: Seuil.

Santos, Rogério (1997). *A negociação entre jornalistas e fontes*. Minerva: Coimbra.

Santos, Rogério (2002). *Jornalistas e fontes de informação - as notícias de VIH-SIDA como estudo de caso*. Tese de doutoramento apresentada na Universidade Nova de Lisboa.

Santos, Rogério, Isabel Ventura e Vanda Calado (2002). "Congressos e convenções partidárias - como se relacionam os políticos e os jornalistas de televisão", *Observatório*, 5: 9-25.

Schlesinger, Philip (1978). *Putting "reality" together: BBC News*. Londres: Constable.

Schlesinger, Philip (1980). "Between sociology and journalism". In Harry Christian (ed.), *The sociology of journalism and the press*. University of Keele. *Sociological Review Monograph*, 29.

Schlesinger, Philip (1990). "Rethinking the sociology of journalism: source strategies and the limits of media centrism". In Marjorie Ferguson (ed.), *Public Communication - the new imperatives*. Londres, Newbury Park e Nova Deli: Sage.

Schlesinger, Philip, David Miller e William Dinan (2001). *Open Scotland? Journalists, spin doctors and lobbyists*. Edimburgo: Polygon.

Schudson, Michael (1978). *Discovering the news - a social history of american newspapers*. Nova Iorque: Basic Books.

Schudson, Michael (1982/1993). "A política da forma narrativa: a emergência das convenções noticiosas na imprensa e na televisão". In Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega.

Schudson, Michael (2000). "The sociology of news production revisited (again)". In James Curran e Michael Gurevitch, *Mass Media and society*. Londres: Arnold, 3ª edição.

Soloski, John (1989/1993). "O jornalismo e o profissionalismo: alguns constrangimentos no trabalho jornalístico". In Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega.

Sousa, Jorge Pedro (org.) (2000). *Cadernos de estudos mediáticos II*. Porto: Universidade Fernando Pessoa.

Sreberny, Annabelle (2000). "The global and the local in international communication". In James Curran e Michael Gurevitch, *Mass Media and society*. Londres: Arnold, 3ª edição.

Traquina, Nelson (org.) (1993). *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega.

Traquina, Nelson (2001). "Teorias das notícias: o estudo do jornalismo no séc. XX". In Nelson Traquina, Ana Cabrera, Cristina Ponte e Rogério Santos, *O jornalismo português em análise de casos*. Lisboa: Caminho.

Traquina, Nelson (2002). *Jornalismo*. Lisboa: Quimera.

Tuchman, Gaye (1978). *Making news*. Nova Iorque: Free Press.

Tuchman, Gaye (1991). "Qualitative methods in the study of news". In Klaus Bruhn Jensen e Nicholas W. Jankowski, *A handbook of qualitative methodologies for mass communication research*. Londres e Nova Iorque: Routledge.

Tunstall, Jeremy (1971). *Journalists at work*. Londres: Constable.

Van Dijk, Teun (1980/1990). *La noticia como discurso*. Barcelona, Buenos Aires e México: Paidós Comunicación.

Van Zoonen, Liesbet (1995). "Gender, representation, and the media". In John Downing, Ali Mohammadi e Annabelle Sreberny-Mohammadi (eds.), *Questioning the media. A critical introduction*. Thousand Oaks, Londres e Nova Deli: Sage.

White, David Manning (1950/1993). "O gatekeeper: uma análise de caso na selecção de notícias". In Nelson Traquina (org.), *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega.

A PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS COMO ACÇÃO SITUADA

Jorge Souto

A análise de que trata o presente artigo baseou-se num estudo exploratório de carácter etnográfico¹ em duas redacções da Rádio Televisão Portuguesa (empresa detentora da concessão de serviço público de televisão) em que o enfoque se centrou na forma como os noticiários acontecem diariamente. O objectivo central deste trabalho foi compreender até que ponto as notícias são moldadas pelas decisões quotidianas de uma grande quantidade de profissionais envolvidos no processo da sua produção.

Propomos o conceito de 'acção situada' para ilustrar uma característica que ressaltou da observação etnográfica: a dependência evolutiva e contextual das notícias em relação ao seu processo de produção. Para contextualizar esta abordagem, faremos uma breve revisão da literatura baseada em estudos etnográficos sobre a produção de notícias (grandemente centrada no papel dos actores principais deste processo: os jornalistas). Seguidamente exemplificamos alguns dos contextos do processo de produção para apresentarmos a abordagem do processo de produção de notícias como 'acção situada'.

DESCRIÇÕES DO PROCESSO DE PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS

A literatura sociológica reconhece, de há muito, a importância das notícias na criação e manutenção de um núcleo partilhado de informações sobre a sociedade e mesmo na construção social da realidade. Os meios de comunicação, e os meios noticiosos em particular, são vistos como uma parte essencial da esfera pública, permitindo um olhar crítico da sociedade sobre si própria (Habermas 1974, 1989; Allan, 1997; Corner 1996, 1999; Dahlgren e Sparks, 1991). Nas últimas décadas, as notícias televi-

1. O trabalho de campo realizou-se no âmbito de uma dissertação para o Master in Communications and Technology da Universidade de Brunel, Londres, em 2000. O autor agradece aos professores Jenny Kitzinger e David Oswell pela orientação.

sivas, em particular, tornaram-se um meio central para os cidadãos obterem informações sobre o que está a ocorrer no mundo exterior ao seu ambiente imediato.

A pesquisa sobre a forma como as notícias são produzidas iniciou-se com um número reduzido de estudos que se concentravam em aspectos específicos do processo de produção. O modelo de *gatekeeping* ou "guarda-portão" (White; 1950 [1999]) punha em destaque o processo contínuo de escolha e rejeição da informação que chega a uma organização noticiosa e a posição do editor como principal definidor das notícias publicadas. White propôs que as idiossincrasias deste jornalista eram as razões principais para a escolha das notícias publicadas:

Através do estudo das suas razões manifestas para rejeitar histórias noticiosas provenientes das agências podemos apreciar quão altamente subjectiva, quão baseada no conjunto de vivências do próprio *gatekeeper*, nas suas atitudes e expectativas, é a comunicação das 'notícias'. (White, 1950 [1999]: 72).

Esta casualidade foi questionada (e rebatida, de acordo com Schudson, 1996: 142), pelo estudo comparativo, de Walter Gieber (1964 [1999]), das actividades de *gatekeeping* de 16 editores de notícias de agência nos jornais diários do Wisconsin, em 1956. Neste estudo, baseado numa perspectiva construtivista, Gieber define o processo de selecção do *gatekeeper* como estando principalmente "relacionado com objectivos de produção, rotinas burocráticas e relações interpessoais no interior da redacção" (Gieber, 1964 [1999]: 219). Além disso, Gieber constatou que "as avaliações pessoais raramente faziam parte da selecção do *gatekeeper* e que os valores [da cultura organizacional] do seu empregador eram uma componente aceite do ambiente da redacção" (Gieber, 1964 [1999]: 219). Este estudo apresenta, assim, a actividade jornalística e o seu produto como resultando dos constrangimentos organizacionais e destaca a importância dos aspectos produtivos na compreensão das notícias: "A notícia é aquilo que o jornalista faz dela" (p. 223). Analisa ainda as relações entre o jornalista e as suas

fontes para salientar, uma vez mais, o carácter burocrático da recolha de notícias e os processos (persuasão e sociabilidade) utilizados pelas fontes institucionais para "assimilarem a imprensa nos seus quadros de referência" (Gieber, 1950 [1999]: 222). Sigal (1973 [1999]) argumenta que os jornalistas preferem fontes autorizadas tais como responsáveis governamentais e que a maior parte das notícias dos jornais é baseada em informações prestadas por fontes oficiais através de canais oficiais. Fishman (1980 [1999]) estudou repórteres de imprensa e defende que o trabalho é organizado burocraticamente para os jornalistas (p. 108). Fishman chama a atenção para o facto de as organizações burocráticas (tais como a polícia ou os tribunais) serem fornecedores estáveis de informações aos jornalistas - que, conseqüentemente, contam com os funcionários e com as autoridades como fontes regulares para a produção de notícias. A "ronda" por essas instituições é o meio de o repórter obter informações relevantes da e para a sociedade. É importante notar que o jornalismo radiofónico e televisivo não depende tanto destas "rondas" como fontes primárias de recolha de informações (o que foi reconhecido, por exemplo, por Epstein 1973: 141), sendo uma parte importante da informação recolhida através das agências noticiosas.

A metáfora do *gatekeeper* foi posteriormente refinada por Pamela Shoemaker (1991 [1999]). Esta autora reconhece a relevância das preferências individuais, dos processos de tomada de decisão e dos valores em termos da selecção das possíveis histórias, mas explica igualmente que estas decisões ocorrem no contexto das rotinas e constrangimentos de uma organização específica.

Do mesmo modo, foram conduzidas pesquisas para compreender os processos da conformidade dos jornalistas com a política editorial da organização noticiosa (Breed, 1955 [1999]). Os factores mais importantes para criar e manter a conformidade foram identificados como sendo sentimentos de "obrigação e estima pelos superiores" (Breed, 1955 [1999]: 84), destacando assim a importância de grupos de referência no trabalho noticioso. Embora chamando a atenção para o trabalho do jornalista enquanto membro de

um grupo e para a sua relação com os objectivos e políticas organizacionais, Breed aponta também cinco condições que permitem aos jornalistas contornarem a política noticiosa da organização quando esta entra em contradição com o objectivo, tal como o apercebem, de informar o público. Estas condições têm a ver com a possibilidade de contornar disposições de política editorial genéricas, não explicitadas formal e materialmente, e que são, conseqüentemente, vagas; a possibilidade de os jornalistas passarem a informação para outros meios de comunicação se a sua história for recusada; o nível de atenção e envolvimento prestado pelos editores ou outros membros da direcção a uma peça noticiosa específica; a possibilidade de enquadrar um conjunto de informações em várias 'formatações' alternativas e com diferentes graus de liberdade para o jornalista; e o status público e profissional do repórter responsável por investigar e escrever a notícia. Além disto, Breed chama a atenção para o facto de a história ser moldada, inerentemente, pelas decisões práticas do jornalista a quem foi distribuída:

Com base em convicções pessoais e códigos profissionais o jornalista tem a opção de fazer selecções em numerosos pontos. Pode decidir quem entrevistar e quem ignorar, as perguntas a fazer, quais as citações a notar, e, ao escrever a história, quais os elementos a incluir (com vista, desde logo, à manchete), os elementos a ignorar, e, genericamente, qual o tom a dar aos vários elementos possíveis da história (Breed, 1955 [1999]: 83).

Gaye Tuchman (1972 [1999]) analisou o uso da noção de "objectividade" enquanto ritual estratégico para defender os jornalistas das críticas - tanto externas (acções por difamação) como no interior da organização (pelos seus superiores). Tuchman chama a atenção para a existência de pretensões de objectividade em várias profissões como meio de desviar críticas potenciais, incluindo no trabalho de pesquisa executado por cientistas sociais. A principal diferença é que, ao contrário da pesquisa sociológica, "O processamento das notícias não deixa tempo para o exame epistemológico reflexivo" (Tuchman, 1972 [1999]: 298). Tuchman salienta alguns

processos importantes da produção de notícias que estão ligados à pretensão de objectividade. O mais importante é a verificação: Presume-se que o jornalista verifique a informação que utiliza na sua história. A "apresentação de possibilidades conflitantes", a "apresentação de provas de suporte", (Tuchman, 1972 [1999]: 300) e a utilização de citações são ainda outros meios de apresentar a realidade sob a forma de uma história noticiosa. Se não houver possibilidade de identificar uma versão precisa do que aconteceu, ou se houver versões contrárias de uma realidade registável, então a objectividade é mantida apresentando as afirmações contraditórias dos diversos intervenientes.

Tuchman (1973) estudou ainda o método utilizado pelos jornalistas para criar rotinas que permitam lidar com a subitaneidade, o carácter inesperado, das notícias. O argumento é que, embora os jornalistas apresentem o mundo e as notícias como imprevisíveis, desenvolvem estruturas em que encerram os diferentes acontecimentos na sociedade. Segundo Tuchman (1973), os jornalistas utilizam as tipificações para criar rotinas para as suas práticas de trabalho. Anteriormente, Tunstall (1971), que estudou correspondentes especializados, havia argumentado que, no interior de uma organização de comunicação social, "a organização das notícias editoriais terá basicamente um carácter não rotineiro, enquanto a organização de comunicação será, na sua globalidade, muito mais rotineira" (p. 25, *italico no original*).

Utilizando igualmente uma abordagem organizacional, Siegleman (1999 [1973]) investigou o trabalho dos jornalistas políticos em dois jornais de tendências opostas numa cidade do sudeste dos Estados Unidos para compreender a natureza do facciosismo noticioso. Concentrou-se nos processos de recrutamento, de controlo e nos mecanismos de socialização no interior das organizações noticiosas. Verificou que não existiam políticas formal e abertamente declaradas em termos de inclinação política e que o controlo organizacional era conseguido através da interligação das características técnicas do processo da produção das notícias (em particular revisão e edição) e da socialização com os jornalistas de posição mais ele-

vada. Além disto, "o recrutamento, a socialização, e o controlo estão estruturados de tal modo que preservam, para o repórter, a mitologia institucional da informação objectiva, enquanto asseguram aos dirigentes dos meios jornalísticos atitudes e desempenhos favoráveis" (Siegleman 1999 [1973]): 94).

Durante as décadas de 70 e 80 do século XX vários investigadores dedicaram-se à produção de etnografias aprofundadas que descreviam os factores profissionais, burocráticos e organizacionais da produção de notícias. O conhecimento sociológico da produção de notícias na televisão foi, assim, consideravelmente aumentado. Epstein (1973) estudou as notícias das cadeias de televisão nos Estados Unidos e salientou a importância dos constrangimentos técnicos e económicos na forma dada à mensagem. Salientou igualmente a dinâmica interna do processo de produção para concluir que "os imperativos empresariais das cadeias televisivas, e a lógica que deriva dessas exigências, moldam irresistivelmente a imagem da sociedade em direcções consistentes" (Epstein 1973: 265).

A divisão noticiosa da BBC foi o enquadramento escolhido por Schlesinger (1992) para estudar as notícias radio e teledifundidas. Também ele enfatiza a organização burocrática do processo de produção e as suas consequências para as notícias difundidas. Schlesinger descreve as notícias diárias como "construídas no contexto de uma estrutura de expectativas firmes que são utilizadas para guiar a implementação dos recursos disponíveis" (p. 79). Este processo é visível nomeadamente na constituição em todas as organizações noticiosas de um serviço de agenda que permite planificar e planear a alocação de recursos em determinados pontos do tempo e do espaço, em função de critérios de relevância jornalística mas, também, de custo/benefício.

Schlesinger estuda também o factor tempo, tanto enquanto constrangimento da produção numa "cultura de cronómetro" (pp. 83-105), como enquanto conceito que guia a selecção das notícias em função da sua imediatidade.

Uma outra etnografia extensa resultou do estudo comparativo das principais organizações noticiosas de televisão e revistas de

informação geral dos Estados Unidos. Herbert Gans (1979 [1980]) concluiu que a decisão sobre o que constitui notícia implica um grupo de decisões (disponibilidade das fontes e adequação; interesse da história, factor novidade, qualidade; e relevância para o meio noticioso específico) que existe "para criar rotinas sobre a tarefa jornalística, tornando assim possível o funcionamento das organizações" (Gans 1979 [1980]: 281).

O trabalho de Ericson, Baranek e Chan (1987 [1999]), também de uma perspectiva organizacional, proporciona uma descrição dos processos de produção de notícias e das diferentes funções profissionais jornalísticas nas redacções de televisões e jornais canadianos. No que se refere à televisão, este estudo oferece uma discussão diagramática do trabalho jornalístico na Redacção mas não foca o restante trabalho necessário para produzir e difundir um boletim noticioso (nomeadamente o trabalho de operadores de câmara, editores de vídeo e profissionais de estúdio).

Um outro importante estudo comparativo analisou a produção de notícias na Irlanda, Suécia e Nigéria (Golding e Elliot 1979 [1999]) Os investigadores descobriram que existiam apenas pequenas diferenças nas rotinas organizacionais de produção. O jornalismo para radiodifusão (rádio e televisão) é representado como "um processo altamente regulado e rotineiro de fabrico de um produto cultural numa linha de montagem electrónica" (p. 119) que está mais relacionado com os constrangimentos de tempo e económicos do que com as características individuais dos jornalistas ou com o contexto cultural. As notícias produzidas são consistentemente sobre um grupo seleccionado de actores sociais poderosos e são deficitárias no que se refere à análise das causas sociais e estruturais e às implicações dos acontecimentos.

Outros investigadores como Galtung e Ruge (1965 [1999]) fizeram considerações semelhantes acerca da natureza "independente de aspectos culturais" (p. 25) dos valores noticiosos, desta vez na análise das notícias da secção de internacional. Explicaram a selecção das histórias pela interacção de factores como a frequência, amplitude, clareza, significância (em que se incluem a

proximidade e relevância culturais), consonância, imprevisibilidade, continuidade e composição. As suas análises identificam também quatro factores que "influenciam a transição de acontecimentos para histórias noticiosas" (p. 25): a presença de nações de elite, a presença de pessoas de elite, a possibilidade de personalizar o evento e as consequências negativas do evento.

Outros estudos concentram-se nos valores do profissionalismo entre os jornalistas. Soloski (1989 [1999]) argumenta que o profissionalismo dos jornalistas actua como um suporte implícito do "sistema político-económico existente (...) ao fazer com que este pareça ser o estado natural das coisas" (p. 318). Soloski chama ainda a atenção para as políticas editoriais no interior da organização como um meio para reduzir o potencial de conflito entre a direcção e os jornalistas.

Partindo de uma abordagem construtivista, Tuchman (1978) aponta igualmente para o profissionalismo mas para argumentar que "o profissionalismo e as decisões que dele derivam são o resultado das necessidades organizacionais" (p. 2).

A grande maioria das análises, oriundas das ciências sociais, sobre a produção de notícias parece dar pouca importância aos profissionais que, além dos jornalistas, participam no processo de produção e, em algum grau, por essa razão o influenciam. Por outro lado, apesar de os esforços analíticos e críticos se centrarem nas regularidades que são consequência do processo de produção, parece existir espaço para uma tentativa de conceptualização das vertentes menos rígidas do mesmo processo.

PRODUÇÃO DO BOLETIM NOTICIOSO TELEVISIVO: ALGUNS CONTEXTOS

As notícias televisivas não são apenas o que os jornalistas de televisão fazem. São mais do que isso. Todas as noites as audiências que assistem aos boletins noticiosos na televisão dificilmente imaginam o número de profissionais e o equipamento técnico necessários para os produzir e difundir. A produção de notícias é um processo complexo e multi-faseado que exige os contributos de um grupo de

peçoas com diferentes culturas profissionais, necessidades práticas e diferentes graus de importância para o produto final.

As notícias são o resultado de uma longa cadeia de decisões que recolhem, seleccionam, rejeitam, ordenam e apresentam a informação. São também o resultado de um processo organizacional que resulta dos contributos de diferentes profissionais. Se é verdade que o processo organizacional, as etapas da produção das notícias e os fluxos de trabalho são aspectos estáveis e previsíveis do processo (Golding e Elliot 1979), o mesmo não é totalmente verdade para os produtos que estão a ser criados. O processo de produção em que as histórias noticiosas são moldadas e reunidas num boletim de notícias é uma rotina estável, composta por etapas sucessivas. No entanto o produto final desse processo nunca é totalmente conhecido antecipadamente.

A observação etnográfica do processo de produção de notícias na Rádio Televisão Portuguesa tornou mais visíveis algumas tensões que são inerentes à lógica interna do processo de produção de notícias, nomeadamente as tensões entre profissionais ligados aos conteúdos e aqueles que desempenham tarefas ou funções ligadas aos requisitos técnicos e de aparência audiovisual. A materialização ou resolução destas tensões pode ter influência nos resultados do processo de produção.

Uma boa maneira de representar a história noticiosa ou o boletim de notícias, do ponto de vista da sua produção, seria como um processo contínuo de tomada de decisões, por parte de vários actores, que usam ou descartam opções possíveis com base num determinado contexto. O processo de produção é inerentemente sensível ao contexto e o resultado de contributos muito diversificados. Parece existir alguma dose de arbitrariedade nas escolhas de produção em cada nível do processo, quer em termos dos conteúdos quer em termos das decisões que respeitam à forma como estes são apresentados. É por esta razão que se torna difícil prever totalmente o modo como uma história noticiosa aparecerá ao espectador no fim do processo.

Exemplifiquemos alguns desses momentos em que a diferentes contextos poderão corresponder diferentes respostas e, conseqüentemente, diferentes conjuntos de informação acessível à audiência, no final do processo.

A maior parte das notícias televisivas necessita de que, nas fases iniciais do processo de produção, um profissional capte e registre sons e imagens. Da mesma forma, a grande maioria das informações que recebemos na forma de notícia televisiva pressupõem o trabalho de montagem e sequenciação de sons e imagens. Os operadores de câmara e os editores de vídeo têm uma influência decisiva naquilo em que o produto final se torna porque "contam a estória por imagens" (operador de câmara RTP). Ambos os profissionais influenciam, com o seu trabalho, a notícia a que o espectador tem acesso. O operador de câmara registará imagens e sons baseado nos códigos da linguagem televisiva e restringido pelas características técnicas da câmara de vídeo. As imagens e sons captados serão o resultado das reacções individuais do operador a uma série de factores contextuais como as possibilidades permitidas pelo local, os pedidos e instruções do jornalista quanto às imagens e sons que aquele considera importantes, e o decorrer da acção ou evento a registar.

Também o processo de edição tem um impacto naquilo a que a audiência tem acesso. "A edição envolve a seleção de certos fragmentos filmados de um assunto e o seu arranjo numa ordem que aparente uma representação coerente de um acontecimento. O mesmo conjunto de imagens pode, contudo, apresentar diferentes visões coerentes, dependendo da forma como forem editadas" (Epstein, 1973, 174). Será o editor de vídeo que decidirá, momento a momento, quais as imagens (de entre as disponíveis) que ilustram a estória escrita pelo jornalista. O objectivo é que tanto as imagens como o texto contem a mesma estória. A observação das redacções da RTP mostrou que a sociabilidade desempenha um papel importante no equilíbrio entre as preocupações relacionadas com a forma manifestas no trabalho do editor de vídeo e o enfoque do jornalista, mais virado para o conteúdo. Principalmente porque,

neste ponto do processo de produção, o tempo é normalmente um constrangimento importante nas decisões contextuais da equipa editor de vídeo/jornalista.

Ao nível da emissão, os profissionais de estúdio e régie (operadores de câmara, iluminadores, assistentes de imagem, operadores de mistura vídeo e áudio) têm a responsabilidade de manter os canais abertos durante a emissão e, como o seu trabalho é raramente notado pelos espectadores, é-lhe atribuído, consequentemente, menor importância. Só quando ocorre um erro evidente é que o espectador se apercebe da presença deste aparato técnico (por exemplo, quando o operador de som não eleva a fonte de áudio que permite que o som de um microfone possa ser emitido - e o espectador vê alguém a falar mas não ouve o que está a ser dito - ou, ainda, quando uma câmara está desfocada). Os erros humanos ou as falhas técnicas podem ter um impacto negativo nos conteúdos que as audiências recebem porque introduzem ruídos inesperados na comunicação.

A componente do processo de produção durante o tempo em que a emissão "está no ar" tem uma influência directa na informação a que a audiência tem acesso. Durante este período, o jornalista com a função de pivô ou apresentador do noticiário é um elemento instrumental na apresentação das estórias e na eventual contextualização da informação fornecida sob a forma de entrevistas ou debates em estúdio. O pivô conduz entrevistas para as quais elaborou um guião em função das perguntas que, num determinado contexto, considerou relevantes mas nunca tem a certeza de que respostas irá obter e, em consequência, de como a entrevista irá evoluir no sentido de apresentar (ou não) novas informações à audiência.

Os noticiários só ficam completamente estabilizados após a emissão. Até esse momento podem estar sujeitos a alterações (por exemplo, problemas na produção de peças alinhadas ou novas informações que possam implicar reorganizações do plano inicial de alinhamento). O processo de produção das notícias em televisão é uma sequência de decisões contextuais que, a diferentes níveis, influenciam os conteúdos transmitidos para o público. A

metáfora das notícias como 'acção situada' chama a atenção para as características evolutivas e muitas vezes reactivas das várias etapas do processo de produção.

A PRODUÇÃO DE NOTÍCIAS ENQUANTO ACÇÃO SITUADA

Numa perspectiva individual, a produção de notícias pode ser descrita como "acção situada". Trabalhando no campo da Inteligência Artificial e da interacção homem-máquina (Human-Computer Interaction), Lucy Suchman (1994) desenvolveu este conceito para descrever a forma como os seres humanos (ou, mais exactamente, as mentes humanas) lidam com as tecnologias. O principal argumento é que as pessoas se entregam normalmente a actividades dependentes do contexto, em vez de seguirem um plano de acção pré-determinado. Esta perspectiva teórica contrariava perspectivas anteriores segundo as quais as acções humanas são o resultado lógico de um plano.

Para Suchman (1994), só quando enfrentamos a necessidade de explicar as nossas acções é que as explicamos como planos. Normalmente, as acções estão ligadas a situações específicas e são, por isso, difíceis de prever. Por exemplo, aprender e recordar são acções situacionais porque são sensíveis ao contexto - recordamos uma coisa devido aos requisitos do contexto e não por termos planeado fazê-lo. Para mais, os planos que são feitos antes da acção não permanecem necessariamente independentes da mesma até ao fim (são normalmente reavaliados e alterados em função dos diversos contextos em que a acção se enquadra). Além disso, a intenção de agir não resulta inevitavelmente numa acção. Há algumas intenções que nunca são postas em prática e algumas acções não derivam de intenções.

Os planos, argumenta Suchman (1994), são descritos mais adequadamente como recursos para as acções, em conjunto com as características contextuais de uma determinada situação.

Do mesmo modo, as notícias parecem ser o produto de uma série de decisões que estão relacionadas com o contexto em que foram tomadas. Se a retiramos da sua estrutura das ciências cogniti-

vas, a metáfora da acção situada é útil para descrever estas características mais fluidas do modo como é executado o trabalho noticioso. Há um plano de acção e uma estrutura organizacional para executar o trabalho, mas ambos são administrados de acordo com os contextos particulares em que as decisões são tomadas. O trabalho dos jornalistas, e de outros profissionais no processo de produção de notícias, pode ser, então, considerado como inerentemente situado.

A estória e o boletim noticiosos são entidades evolutivas baseadas na permanente reorganização de um plano inicial. A produção de notícias pode ser considerada, por essa razão, como acção situada.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Allan, S. (1997): "News and the public sphere: towards a history of objectivity and impartiality", in Bromley, M. and O'Malley, T. (ed.): *A journalism reader*, Londres, Nova Iorque: Routledge.
- Breed, W. (1955): "Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis", *Social Forces* 33(4), pp. 326-35, in Thumber (ed.) (1999): *News: a reader*, Oxford: Oxford University Press, pp. 79-84.
- Corner, J. (1996): "Reappraising reception: aims, concepts and methods", Chapter 14 in Curran, J. and Gurevitch, M. (eds.): *Mass Media and Society*, (2nd ed.), Londres: Arnold.
- Corner, J. (1999): *Critical ideas in television studies*, Oxford: Oxford University Press.
- Dahlgren, P. and Sparks, C. (ed.) (1991): *Communication and Citizenship*, Londres, Nova Iorque: Routledge.
- Epstein, E. (1973): *News From Nowhere: Television and the News*, Austin: University of Texas Press.
- Ericson, R., Baranek, P. and Chan J. (1987): *Visualizing Deviance: A Study of News Organization*, Toronto: University of Toronto Press, in Thumber (ed.) (1999): *News: a reader*, Oxford: Oxford University Press, pp. 97-101.
- Fishman, M. (1980): *Manufacturing the News*, Austin: University of Texas Press, in Thumber (ed.) (1999): *News: a reader*, Oxford: Oxford University Press, pp. 102-11.
- Gans, H. (1980): *Deciding What's News: a study of CBS evening news, NBC nightly news, Newsweek and Time*, Londres: Constable. Primeira publicação (1979), Nova Iorque: Vintage.
- Galtung, J. and Ruge, M. (1965): "The Structure of Foreign News", *Journal of International Peace Research* 1, pp. 64-90, in Thumber (ed.) (1999): *News: a reader*, Oxford: Oxford University Press, pp. 21-31.

Gieber, W. (1964): "News is what newspapermen make it", in Dexter, L. and White, D. (eds.): *People, Society and Mass Communications*, Toronto: Collier MacMillan, in Thumber (ed.) (1999): *News: a reader*, Oxford: Oxford University Press, pp. 218-23.

Golding, P. and Elliot, P. (1979): *Making The News*, Londres and New York: Longman, in Thumber (ed.) (1999): *News: a reader*, Oxford: Oxford University Press, pp. 112-20.

Habermas, J. (1974): "The Public Sphere: An Encyclopedia Article (1964)", in *New German Critique*, vol. 3, pp. 49-55, Nova Iorque: Cornell University, Department of German Literature.

Habermas, J. (1989): *The structural transformation of the public sphere: an inquiry into a category of bourgeois society*, Cambridge: Polity Press.

Schlesinger (1992): *Putting 'Reality' Together: BBC News*, Londres: Routledge, primeira publicação (1978): Londres: Constable, primeira publicação como Paperback (1987), Methuen.

Schudson, M. (1996): "The Sociology of News Production Revisited", in Curran and Gurevitch (eds.): *Mass Media and Society*, (2nd ed.), Londres: Arnold, pp. 141-59.

Sigal, L. (1973): *Reporters and Officials: The Organisation and Politics of Newsmaking*, Lexington: D.C. Heath, in Thumber (ed.) (1999): *News: a reader*, Oxford: Oxford University Press, pp. 224-34.

Siegleman, L. (1973): "Reporting the News: An Organizational Analysis", *American Journal of Sociology* 79/1, pp. 132-51, in Thumber (ed.) (1999): *News: a reader*, Oxford: Oxford University Press, pp. 85-96.

Shoemaker, P. (1991): *Gatekeeping*, Londres: Sage, in Thumber (ed.) (1999): *News: a reader*, Oxford: Oxford University Press.

Soloski, J. (1989): "News Reporting and Professionalism: Some Constraints on the Reporting of the News", *Media Culture and*

Society, Londres: Sage, pp. 207-28, in Thumber (ed.) (1999): *News: a reader*, Oxford: Oxford University Press, pp. 308-19.

Suchman, L. (1994): *Plans and situated actions - the problem of human machine communication*, Cambridge, Melbourne: Cambridge University Press.

Tuchman, G. (1972): "Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity", *American Journal of Sociology*, 77/4, pp. 660-79, in Thumber (ed.) (1999): *News: a reader*, Oxford: Oxford University Press, pp. 297-307.

Tuchman, G. (1973): "Making News by Doing work: Routinizing the Unexpected", *American Journal of Sociology*, 79/1, pp. 110-31.

Tuchman, G. (1978): *Making News: A Study in the Construction of Reality*, Nova Iorque: Free Press.

Tunstall, J. (1971): *Journalists at work: Specialist correspondents: their news organizations, news sources and competitor-coleagues*, Londres: Constable.

White, D. (1950): "The Gatekeeper", *Journalism Quarterly* 27, 383-90, in Thumber (ed.) (1999): *News: a reader*, Oxford: Oxford University Press, pp. 66-72.

OS DESAFIOS DOS PROFISSIONAIS DE JORNALISMO FACE
AO DESENVOLVIMENTO DAS NOVAS TECNOLOGIAS
DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO/REVOLUÇÃO
DIGITAL NOS MEDIA

Manuela Cruz
Escola Superior de Jornalismo

INTRODUÇÃO

Na indústria audiovisual e nos media em geral, a Revolução Digital marcou o ponto de viragem para uma indústria mais competitiva num contexto de abertura e mundialização do sector. Esta revolução reveste-se de enormes *desafios* e *oportunidades* para os profissionais de comunicação uma vez que estamos perante um novo ambiente digital em que as transmissões tecnológicas permitem uma realidade sem precedentes: o armazenamento de dados em quantidades astronómicas e a sua disponibilização em diferentes redes.

DESENVOLVIMENTO

Segundo Sérgio Sousa no seu livro *Tecnologias de Informação - O que são e para que servem?* o conceito de Tecnologias de Informação surge enquanto conjunto de conhecimentos, reflectidos quer em equipamentos e programas, quer na sua criação e utilização a nível pessoal e empresarial. Das várias ferramentas, métodos e técnicas que coexistem na empresa no domínio das Tecnologias de Informação, o computador destaca-se na medida em que é o elemento em relação ao qual existe uma maior interacção com a componente humana das organizações.

A expansão e a globalização das redes de telecomunicações, com destaque para a maior rede Mundial - a INTERNET, assume repercussões assinaláveis no Mundo do Jornalismo.

A Internet veio redefinir a prática do Jornalismo nos anos 90. Após um período inicial de alguma rejeição em relação à nova Tecnologia, repórteres e editores integraram nas suas rotinas diárias

a pesquisa na World Wide Web e a troca de mensagens através do correio electrónico. Como escreve Denise Caruso:

...como resultado, não apenas mudaram radicalmente a forma como comunicam uns com os outros e com as suas fontes, mas também incrementaram a quantidade e ao alcance da pesquisa que fazem para as suas estórias, e expandiram vastamente o alcance do seu trabalho na medida em que é distribuído em todo o globo (Caruso, 1998).

Desde o final do século XX, o impacto da Internet na prática jornalística assumiu uma *dicotomia funcional* evidente: se por um lado, os Jornalistas encontram na rede um instrumento privilegiado de contacto com fontes e de pesquisa de conteúdos; por outro, a rede tem-se revelado como um novo espaço de trabalho se a considerarmos, como Hélder Bastos no seu livro *Jornalismo Electrónico* da Minerva, "um poderoso suporte para a publicação de produtos jornalísticos". Neste contexto, o conceito de jornalismo tem-se alargado a outras denominações: jornalismo on-line, ciberjornalismo, jornalismo digital, jornalismo multimédia, jornalismo interactivo, etc.

Assim, os jornalistas que utilizam ou operam na Internet devem considerar e mesmo repensar um conjunto de questões de ordem técnica, profissional, ética e jurídica. Nomeadamente:

- Que credibilidade dar a fontes, dados e informações recolhidas na rede?
- De que forma e a que nível o processo de recolha de informações poderá influenciar o conteúdo da notícia?
- Como gerir o acesso imediato a enormes quantidades de informação disponíveis on-line?
- Qual o papel do jornalista face a uma realidade onde os utilizadores/consumidores têm acesso às fontes de informação?
- Qual será a validade dos valores éticos e deontológicos tradicionais no ciberespaço?
- No ambiente virtual e transnacional da Internet, de que forma pode o Jornalista proteger-se legalmente em caso

inobservância dos direitos de autor, na citação de fontes ou utilização indevida de material recolhido?

- Até onde vão os direitos de autor dos jornalistas quando o seu trabalho produzido para os meios tradicionais é reproduzido em edições electrónicas?
- Na presença sempre omnipresente dos vírus, como poderá ser assegurada a segurança dos dados entre os sistemas ligados na Internet?

Estes são alguns dos desafios que os profissionais de jornalismo terão que responder na prática diária da sua profissão.

Como refere Hélder Bastos, "o crescimento da Internet pode ser medido de três maneiras: através do número de computadores hospedeiros ligados à Internet; do número de utilizadores conectados a esses computadores; e da quantidade de informação ou tráfego veiculado". Considerando a estrutura descentralizada da Internet é difícil determinar números exactos de utilização. Contudo, de acordo com dados do Newsweek (1999), a Internet está a crescer rapidamente, sendo que, em finais de 1999, 196 milhões de pessoas utilizavam a rede em todo o mundo e estima-se que este valor ascenda a 500 milhões de utilizadores em 2003. Perante esta expectativa, o Jornalista não pode descurar estas audiências e deve preparar-se para captar estes consumidores, respondendo ao desafio e poder do Quarto Media.

Para alguns autores, Internet não se integra no conceito de Mass Media tradicional. Mass Media ou Meio de Massas era sinónimo de produção centralizada e estandardizada, de distribuição de produtos de informação e entretenimento a largas audiências por vias separadas. Como defende Dizard, os novos media modificam todas estas condições:

- Os produtos não provêm frequentemente de uma fonte central.
- Os novos media usualmente fornecem serviços especializados a muitas, separadas e relativamente pequenas audiências.

- Há distribuição de voz vídeo e produtos impressos num canal electrónico comum, com formatos interactivos que dão aos consumidores um maior controlo sobre os serviços que recebem.

Outros defendem que uma nova tecnologia como a Internet permite ao académicos repensarem, em vez de abandonarem definições e categorias.

Quando a Internet é conceptualizada como um mass medium, o que se torna claro é que nem a massa nem o medium, podem ser definidos para todas as situações sendo antes continuamente rearticulados, dependendo da situação. A Internet é um mass medium multifacetado, isto é, contém muitas configurações diferentes de comunicação (Morris e Ogan, 1996:42).

Desta feita, a Internet assume duas modalidades: por vezes joga com as características tradicionais do modelo de comunicação de massas emissor-mensagem-receptor, outras vezes dando-lhe configurações inteiramente novas.

Sobre esta questão, Hélder Bastos defende que as formas de comunicação da Internet podem ser entendidas como um *continuum*. Isto é:

...cada ponto no processo do modelo tradicional de comunicação pode variar de um para algum, para muitos na Internet.

As fontes das mensagens podem ir desde um utilizador individual recorrendo ao correio electrónico a um grupo social num grupo de discussão da Usenet ou a um grupo profissional de Jornalistas numa página da WEB.

As mensagens podem ser notícias tradicionais criadas por um jornalista ou estórias criadas durante um longo período de tempo por muitas pessoas, ou simples conversações, como as que ocorrem nos canais da Internet Relay Chat. As audiências destas mensagens podem variar entre uma a milhões de pessoas.

Outros autores preferem ainda destacar uma das componentes da Internet para falarem em meio de comunicações de mas-

sas. Ou seja, a Internet encarada como espaço de acolhimento da maior parte dos jornais e revistas de todo o Mundo, bem como empresas de todos os tipos, surge como o meio mais proeminente.

Nesse sentido, Paul Bonington classifica a "World Wide Web como o Quarto Medium, uma tecnologia posicionada para tomar o lugar juntamente com os três grandes - imprensa, rádio e televisão".

Para Echevériria é certo que "as redes telemáticas supõem o aparecimento de um novo meio de comunicação, meio esse que abre um novo espaço ao jornalismo. Apesar disso, as redes de telecomunicações não são apenas um meio de comunicação. Também cabe ver nelas um novo meio de produção, que se irá mostrando mais claramente à medida conforme o teletrabalho se desenvolver". A juntar isto é necessário uma maior atenção em termos de memória, uma vez que o rasto electrónico fica agora "arquivado" no disco duro do computador.

De forma inovadora, a Internet permite-nos qualidades comunicacionais agrupadas nunca antes alcançadas. Neste contexto, Newhegen e Rafaeli propõem que se analisem as dimensões comunicacionais para que se encontrem conceitos mais consistentes quanto a esta questão. Deste modo, aponta para a focagem em cinco qualidades de comunicação da rede: multimédia, hipertextualidade, comutação de pacotes, sincronismo e interactividade.

A rede proporciona todo um apelo sensorial. Texto, voz, fotografias, animação, vídeo, códigos de animação de realidade virtual, até mesmo o cheiro, estão a ser transferidos para a Internet.

A capacidade da Net para se dirigir aos sentidos ultrapassa em muito os outros media. (ibidem).

Por outro lado, os mesmos autores defendem que a "Internet alarga as fronteiras daquilo a que chamam o *continuum* do sincronismo. A comunicação viaja e é consumida a uma velocidade nunca antes verificada. As mensagens têm marcas temporais exactas das centenas de segundo. A largura de banda tornou-se no novo ouro. Os arquivos confrontam os utilizadores com a possibi-

lidade de memórias mais longas (é o tal rastro electrónico). A comunicação interpessoal, outrora face a face ou atrasada no tempo, pode agora ser simultânea (é o caso dos grupos de discussão, videoconferência, etc.)". Para os autores "a Net parece esticar os lapsos temporais e as discrepâncias entre zonas de tempo".

Não podemos falar de Internet dissociada de uma interactividade como o nível em que a comunicação se reflecte de volta a si própria e se alimenta continuamente.

Outro factor que os Jornalistas devem considerar é que as pessoas utilizam a Internet para diversos propósitos ou fins. December identifica os mais importantes dividindo-os em três categorias principais: comunicação, interacção e informação. Em termos de comunicação, a Internet é utilizada em diversos fluxos de comunicação: de um para um, de um para muitos, de muitos para muitos (ex: correio electrónico). Em termos de interacção, a Internet é utilizada não só para jogos mas também aprendizagem. Ao nível da informação, os utilizadores encontram na rede um vasto campo de pesquisa sobre uma grande diversidade de temas, actividades, etc.

A Internet não consiste num único medium partilhando tempo, distribuição e características sensoriais comuns, mas sim uma colecção de media que difere nestas mesmas variáveis (Hélder Bastos citando December).

A Internet apresenta-se ainda como um novo local onde o Jornalista se depara com novos conceitos, nomeadamente ciberespaço, cibercultura e ciberleitura. O ciberespaço tem sido associado a um espaço conceptual "onde se manifestam palavras, relações humanas, dados, riqueza e poder dos utilizadores das tecnologias da comunicação mediada por computador" (Rheingold, 1996).

Bastos citando Gibson explica que o conceito de ciberespaço se destina a sugerir "o ponto em que os media se juntam e nos rodeiam. De tal forma que as pessoas se podem embrulhar nos media e não terem que ver o que se passa à sua volta".

A par com o ciberespaço, os jornalistas que entram no ciberespaço encontram uma cultura própria da rede, com novas normas e regras. Silver (1996) utiliza o conceito de *cibercultura* para definir um conjunto de culturas e produtos culturais, que existem na e/ou são possibilitados pela Internet, a par das histórias ditas sobre estas culturas e produtos culturais.

A cibercultura é lata, existe na Internet e estende-se através dela. Apesar de tornada possível pelos fios, cabos, servidores e terminais da rede, a cibercultura prospera onde os utilizadores se encontram através de fios e sobre interfaces. A cibercultura é profunda e encontra-se num estado constante de fluxo. (Hélder Bastos citando Silver).

É frequentemente produto de práticas comunicativas e colaborativas complexas que têm lugar em vários segmentos de tempo e espaço. Num grupo de discussão ou num sitio interactivo da Web existem interações dinâmicas, construções sociais, negociações sociais, negociações políticas, posturas sexuais e histórias institucionais. (ibidem).

Quanto á *ciberleitura* é importante que os Jornalistas tenham consciência que o perfil, as necessidades e as exigências dos leitores online são diferentes dos leitores dos jornais impressos. "O leitor on line tende a ser impaciente, menos enraizado na comunidade e mais interessado em noticiário especializado" (Garcia 1997). Por norma são indivíduos que possuem acesso ao computador desde sempre, habituados a fazer pesquisas e certamente já contactaram directamente com as fontes de informação. Os leitores on line não só procuram satisfazer as suas necessidades tradicionais como exigem outro tipo de serviços mais diversificados tais como: conjunto de serviços interactivos, compras, chats de discussão, etc. Estes leitores pretendem ainda serviços úteis e imediatos.

Os ciberleitores são cada vez mais exigentes. "Não querem um diário que se publica todos os dia, mas sim a todas as horas" (Elvira 1997). Exigem informação actualizada permanentemente, o que induz a uma concorrência directa entre a Internet e os Audiovisuais. A exigência da instantaneidade por parte dos ciber-

leitores implica consequências editoriais e financeiras. Levantando questões directamente relacionadas com as fontes que poderão exigir novas estratégias de chegar às notícias, optando por recorrer às agências noticiosas ou à produção do seu próprio material. Quando esta é a opção, verificamos mesmo a necessidade de novas formas de organização e novos modelos de reportagem se considerarmos as necessidades das notícias de última hora e dos "directos on line" em concorrência directa com as rádios e as televisões.

Para poder captar "audiências on line", o jornalista tem que conhecer bem os ciberleitores, a forma como pensam, agem e reagem, respondendo antecipadamente às suas necessidades de interactividade.

O ciberleitor mostra-se pouco predisposto a longas leituras, preferindo notícias curtas, concisas, que permitam informar de forma imediata. Para uma leitura mais profunda, prefere recorrer aos links que "exigem" que estas notícias possuam.

É importante que os jornalistas percebam que a maior diferença estrutural entre as notícias dos meios tradicionais (jornais, TV e rádio) têm ver com as dimensões de tempo e espaço. O noticiário de televisão e rádio está organizado, é apresentado no tempo e tem uma duração pré-determinada, enquanto que edição de um jornal está apenas organizada no espaço. Ao contrário da TV, o jornal impresso está organizado à *la carte* para que o espectador possa escolher o que pretende e tem os seus próprios limites físicos. No caso da Internet, os factores tempo e espaço não possuem o mesmo peso, uma vez que é permitido ao ciberleitor a organização/actualização das notícias de forma aleatória ao mesmo tempo que permite que o espaço das notícias possa ser ampliado indefinidamente, não apresentando um número de páginas restrito. A edição jornalística, na Internet, conhece uma flexibilidade espacial e temporal sem paralelo nos outros media (Hélder Bastos citando Weaver).

A notícia na Internet não se organiza como nos outros meios de comunicação. Se excluirmos os casos de transposição pura estamos perante uma reformulação de acordo com os paradigmas da rede que, apesar de poder começar com um lead típico

e adoptar um texto progressivo como a televisão, possui a possibilidade de introdução de elementos hipertextuais (links, som, vídeo), modificando por completo quer o processo de organização da notícia, quer o percurso tradicional feito pelo leitor. As notícias on line não são estruturadas de forma a serem consumidas do início ao fim, mas permitem ao leitor organizar o seu próprio percurso de acordo com os seus próprios interesses.

Perante esta nova realidade, todo um novo conjunto de competências e qualidades é exigido aos jornalistas. Se por um lado, aqueles que recorrem à Internet para consultar fontes a utilizar nos media tradicionais, devem preocupar-se com as questões de direitos de autor, de verificação da veracidade da informação, assegurar a segurança dos dados, identificar especialistas para artigos, verificar clips de outras empresas jornalísticas, condução de pesquisas de background sobre negócios e indivíduos, etc.; por outro, a nova classe dos "jornalistas digitais" devem ser profissionais com destreza multimédia, que possuam a capacidade de relatar a notícia de outra forma que não o texto narrativo. Editar para ciberleitores é um desafio que implica contar a estória para além do simples texto, recorrendo também a imagens, sons e vídeos.

Hélder Bastos citando Elvira reforça esta ideia salientando "que o que a Internet representa para os meios de comunicação social é informação digitalizada, interactividade entre os produtores (jornalistas) e os consumidores (leitores), instantaneidade, globalidade, valor acrescentado e algo ainda mais interactivo: constituir um suporte multimédia em que se podem integrar textos, fotografias, infografia animada, som e vídeo. Quer dizer, a fusão, num só meio, do papel, da rádio, da televisão, do cinema, da fotografia, do correio e, inclusivamente, do telefone".

Se a integração multimédia possibilita a leitura hipermédia, o leitor pode passar do texto ao som ou mesmo ao vídeo apenas com um toque no rato do PC. Assim, o jornalista tem, obrigatoriamente, que considerar esta realidade quando elabora a sua narrativa multimédia.

Nesse sentido, para além de ter que dominar as ferramentas ao dispor para a edição do jornalismo on line, os jornalistas ou produtores de conteúdos deverão conhecer o pensamento da sua audiência, a forma como navega na Web, como utilizam o equipamento e como processam a informação. Estes Jornalistas devem preocupar-se em tornar as notícias o mais atraentes possíveis e para o efeito "utilizarão experimentação e erro, amostras científicas de audiências, grupos de pesquisa e todas as outras ferramentas para fornecerem às pessoas informação útil e compensadora" (Marsh 1995).

Num mundo cada vez mais carregado de informação, o jornalista deve ter a preocupação de combater esta "overdose" informativa e o seu papel poderá mesmo assentar na filtragem dos assuntos relevantes do imenso volume de informação. Parece-me que o papel do Jornalista poderá ganhar ainda contornos de maior importância, sobretudo se para além da filtragem da informação, com verificação de fontes e de dados, o jornalista assumir um papel preponderante de investigador na procura de informação que ninguém quer que se saiba.

Num contexto de trabalho de produção nos e para os novos media, incluindo a Internet, a este novo tipo de jornalistas

cabe a tarefa de explorar e desenvolver serviços informativos relevantes e rentáveis, necessitando para isso de possuir conhecimentos relacionados com a tecnologia e com a computação gráfica. De igual modo deverá dominar as ferramentas necessárias à apresentação de informação compacta e sequencial através de menus e árvores de pesquisa. Mais do que isto a gestão da informação e de bases de dados - aptidões de longe mais encontradas entre os profissionais da documentação - vão ganhar importância, enquanto o conhecimento e a orientação de e para grupos - alvo são condições básicas. De facto, o utilizador individual assume o controlo, graças ao feed-back directo via técnicas interactivas e pagamento por unidade utilizada (Bastos e Bardeol).

Jornalismo e Marketing andarão de mãos dadas nesta viagem.

À medida que os consumidores começarem a criar hábitos de utilização do ciberespaço, "os jornalistas precisam de se preocupar mais urgentemente, não com o formato da distribuição, mas com a qualidade do produto essencial: informação fiável e útil sobre a qual os cidadãos podem agir" (Hume 1995).

Em jeito de conclusão, podemos dizer que, no contexto do jornalismo on line, a lista de dúvidas e dilemas é infindável. Contudo, o Jornalista deve ter sempre presente que a mudança das relações de poder no processo de comunicação é um facto. A audiência on line habituada às modalidades da teleconsulta e da teleconversação é mais activa e, como tal, muito mais envolvida no processo de fornecimento de informação. Dado que é a esta audiência que o jornalista digital quer chegar é necessário criar as condições para manter o ciberleitoe envolvido mantendo a estória em movimento. Como defende Fredin, da mesma maneira que a TV e a rádio têm de manter os telespectadores e ouvintes, de forma a que não mudem de canais, a hiperestória tem de manter os utilizadores num estado mental activo, de forma a que as escolhas que fazem continuem a construir a estória.

No mundo digital, o jornalista tem que ser formado para usar todos os recursos ao dispor, no sentido de quando expressa uma ideia não está a fazer uma narrativa mas pode incluir uma rede multidimensional de apontadores que encaminham para pormenorizações e argumentos adicionais de acordo com as invocações, preferências e personalizações das audiências, razão primária da sua existência.

JORNALISMO UNIVERSITÁRIO – ESPAÇO DE CIDADANIA

Luís Trigo e Paula de Sousa

Núcleo de Jornalismo Académico do Porto/Jornal Universitário

1 *JUP* - A VOZ DOS ESTUDANTES

Tudo começou em 1987, quando um grupo de estudantes da Faculdade de Ciências da Universidade do Porto teve a ideia de fundar uma associação - Núcleo de Jornalismo Académico do Porto/Jornal Universitário (NJAP/JU), cuja principal função era publicar um jornal académico: o *Jornal Universitário do Porto (JUP)*. Jorge Pedro Sousa, o estudante que encabeçava o projecto, definiu-o no editorial do número zero, desta forma:

(...) uma voz aberta não só ao positivo, mas também à crítica e à polémica; uma voz onde todos se possam expressar livremente (...) uma voz que contribua para a resolução dos problemas que se nos deparam.

Espírito crítico, espaço aberto à pluralidade de opiniões e estilos, recusa de exclusão, eram alguns dos princípios apontados na época como características essenciais do *JUP*.

Ao longo destes 15 anos, o *JUP* sofreu várias alterações, não só no aspecto gráfico, mas também no tipo de textos jornalísticos publicados.

No sétimo ano de existência do *Jornal*, João Teixeira Lopes, ex-presidente do NJAP/JU, apresenta no jornal uma análise da actividade realizada até então. Segundo Teixeira Lopes, de 1987 a 1992, deu-se uma evolução que define como "positiva". De uma "excessiva colagem ao poder", que caracterizou os primeiros números, com repetidas entrevistas a membros do governo e políticos influentes na altura, o *JUP* passa, entre 1989 e 1990, a primar por uma maior independência e espírito crítico. Dos temas fortes focados pelo *JUP* contam-se, entre muitos outros, o conflito de gerações, a crítica à Queima das Fitas, o mau funcionamento dos ser-

viços sociais, as dificuldades dos trabalhadores-estudantes e dos estudantes africanos ou o insucesso escolar. É curioso notar que a maioria dos assuntos ainda é actual, o que demonstra o lento progresso da política educativa no nosso país. Este é um motivo mais do que suficiente para que o *JUP* continue a dar atenção a estes problemas e os imprima em "letras gordas" nas suas páginas.

Graficamente, o *JUP* já deu muitas voltas e continua a dar. Desde Janeiro de 2000 adquiriu um novo formato e, mais importante ainda, passou a ser distribuído mensalmente. Acompanhado bimestralmente, também desde essa altura, pelo suplemento cultural *Aponte*, financiado pela Porto 2001, estas edições - não esquecendo a revista anual dedicada à literatura, a "aguasfurtadas" - não são as únicas ambições do Núcleo de Jornalismo Académico.

Tornando-se um ponto de (des)encontros, de discussão, um laboratório, uma escola-oficina, o NJAP/JU, sentindo cada vez mais a necessidade de estimular a criação e difusão artística, cultural e científica, resolveu (re)criar novos espaços e conceitos - os ESPAÇOS JUP.

Jornalismo, fotografia, formação, exposições, teatro, música, poesia, debates são todas as áreas que fazem parte das acções promovidas no *JUP*. Para o futuro, o Núcleo pretende reorganizar todas estas actividades, de modo aproveitá-las e explorá-las ainda mais. O edifício, situado na Rua Miguel Bombarda (a rua das galerias), que serve de abrigo a todos os protagonistas deste vasto programa, foi renovado e transformou-se num palco recheado de novidades. Acentua-se, assim, o propósito de ser um lugar de aprendizagem, debate, crescimento e convívio. Ou seja, um projecto de cidadania.

Lê-se na primeira alínea do Estatuto Editorial do *Jornal Universitário do Porto* "O Jornal Universitário do Porto é uma iniciativa estudantil. Visa noticiar e ainda revelar o lado, tantas vezes submerso, dos factos. Pretende reforçar os laços entre a Academia do Porto, ser espaço de debate e de confronto de ideias".

De facto, o *JUP* é uma publicação integrada no segmento da imprensa universitária académica com uma componente eminen-

temente informativa, dando primazia a notícias, entrevistas, reportagens e peças de investigação.

Criado e realizado por estudantes, o *JUP* comporta uma vontade de intervir, através do tratamento jornalístico do que lhe é mais sensível, como os assuntos ligados à Academia e à política educativa. Em 2002, o *JUP* faz 15 anos de edições ininterruptas. Livre e independente, o *Jornal* sempre se preocupou em ser uma "voz" da camada estudantil, lutando pelos seus interesses, ao cobrir acontecimentos passados na Academia, na cidade, no país e no resto da Europa. O alargamento e melhoramento destes objectivos constitui a intenção daqueles que fazem esta publicação. Desde 1987, data da sua fundação, muitos foram os que passaram pelo *JUP* e deixaram a sua marca. O *JUP* foi e continua a ser um local privilegiado de formação adquirida através da experiência, especialmente nas áreas de escrita jornalística e de fotografia. Um espaço onde tudo pode acontecer...

2 ESPAÇO VIRTUAL EM FORMAÇÃO

As novas tecnologias da informação possibilitam que membros e não membros do Núcleo de Jornalismo Académico do Porto/Jornal Universitário possam visitar os nossos espaços, de uma forma interactiva, a partir de qualquer lugar do planeta e arredores, onde haja um terminal com acesso à rede. Isto é, permitirá incrementar os Espaços JUP, teoricamente, até ao infinito, transformando a casa ou a faculdade de cada um em potencial Espaço JUP.

Aqui poder-se-á consultar a orgânica e funcionalidades dos espaços, interagir com a sede física do *JUP*, com outros membros e visitantes destes espaços, através de chats e fóruns sobre estes ou sobre outros assuntos. Tal criará uma maior interactividade entre o jornal e a academia, possibilitando um funcionamento mais eficiente e eficaz destes espaços, segundo os objectivos que lhes estão subjacentes. Os colaboradores verão a sua comunicação facilitada, enviando os seus trabalhos directamente para o departamento pretendido via e-mail.

3 O *JUP* COMO EMPRESA COLECTIVA

O *JUP* tem por base legal uma associação - o Núcleo de Jornalismo Académico do Porto/Jornal Universitário. Opta também por seguir o associativismo, não como uma ideia "retrógrada", mas com um conceito de empreendedorismo cívico. De facto, o empreendedorismo está actualmente apenas conotado com a área económica. Numa época marcada pelo défice de participação dos cidadãos, um dos objectivos do *JUP* é devolve-lo à área cívica e ao associativismo.

É contudo claramente útil retirar conceitos da organização empresarial para o associativismo. Recorre-se também, por vezes, a profissionais e empresas exteriores em actividades que não constituem o fulcro da associação. É preciso, porém, ter cuidado na identificação destas actividades. Dada a diversidade de interesses dos colaboradores, muitas actividades que em nada estão relacionadas com o jornalismo, nas áreas cultural e artística, são consideradas chamariz.

No caso do *JUP*, para além da impressão, temos o exemplo da publicidade que é contratada com uma agência de meios e da contabilidade que está entregue a um profissional. Tal não deve porém implicar uma empresarialização das associações. O caso das SAD nos clubes de futebol portugueses é paradigmático. Para o associativismo os processos também fazem parte dos resultados (o ente que interessa à Economia), centrando-se mais no processo que na função.

Desta forma, retalhar o Núcleo na parte de edição, animação, formação e exposições torna-se quase impossível, dada a sua ligação indissociável. O *JUP* não é apenas um monte de papel, ou uma manta de retalhos como muitas das publicações académicas portuguesas actuais. É fruto de um capital humano e social (este o último ponto analisado já pela mais recente literatura da Gestão como sendo resumidamente o grau de solidariedade e confiança entre os membros de uma organização) conseguido através das relações que se estabelecem durante essas formações e animações.

Por outras palavras, sendo o principal objectivo estatutário do NJAP/JU fazer o *Jornal Universitário*, as suas actividades que "aparentemente se afastam desse objectivo" servem como incenti-

vo para os colaboradores e leitores participarem mais na concepção do jornal, permitindo um incremento quer da sua qualidade, quer da sua quantidade. Estabelece-se aqui um círculo virtuoso, em que o (des)envolvimento de colaboradores do jornal incrementa o (des)envolvimento das actividades paralelas e vice-versa. Estas actividades acabam quase por ter a função da oferta de talheres do JN.

E o principal objectivo de uma instituição sem fins lucrativos como é o *JUP* não deve ter preponderância no conceito de "self-interest" característico de uma empresa. Deve antes estar centrada no apoio à comunidade de suporte, que acabará por lhe retribuir ainda mais, dado esta instituição passar a ser considerada verdadeiramente dessa comunidade. Isto pode contudo criar alguns problemas, nomeadamente financeiros, pois a sustentabilidade de um projecto assim é definida a muito longo prazo. É por isso necessário que o mesmo tenha directa ou indirectamente peso político e/ou social para que seja economicamente viável.

Assim, a grande força do *JUP*, como associação que é, reside no voluntariado (que não deve ser visto com a antítese do profissional), uma ânsia de cidadania que se for confrontado com a opção de empresarializar pode levar tudo por água abaixo. Contudo, cada caso é único. De modo que várias formas híbridas podem ser igualmente viáveis.

Também se deve considerar que actualmente as Federações que lideram o associativismo em Portugal têm conseguido melhorar exponencialmente a sua eficiência devido a uma modernização que tem vindo a ser feita desde há pouco tempo. Tal corresponde a um nível elevado de fornecimento de serviços às associações, um maior intercâmbio entre associações e a um maior poder de negociação com empresas prestadoras de serviços, etc.

4 GESTÃO, INDEPENDÊNCIA E TRANSDISCIPLINARIDADE

A independência do *JUP*, que serve de referência às restantes publicações em Portugal, deve-se ao facto de ser gerida por uma associação autónoma, quer da Universidade, quer das Associações de Estudantes, com identidade jurídica própria e cujo objectivo é

especificamente publicar este jornal. Os seus colaboradores provêm de todos os cursos e instituições da Cidade, conferindo à publicação um carácter pluri/multidisciplinar.

A maior parte das publicações que lideram o processo de formação do estatuto de imprensa académica e de jornalista estudante em Portugal desenvolveram formas de serem independentes na orientação e financeiramente das direcções das AE que as suportam. Uma dessas formas é a eleição da direcção da publicação em Assembleia-geral de Estudantes prevista nos estatutos da AE.

Mas estas formas de organização têm também repercussão nos conteúdos e na origem dos colaboradores de cada publicação. Para tal contribui também a dispersão das Instituições de Ensino Superior de cada Cidade, se as mesmas são antigas (organização latina por faculdades) ou modernas (organização anglo-saxónica) e se as associações de estudantes estão afectas a cada faculdade ou cada Universidade.

5 O JUP E A UNIVERSIDADE

A principal massa crítica do NJAP/JU são as pessoas (o capital humano) que, para além da sua força e imaginação, trazem os recursos financeiros através do seu peso político de cidadãos. É esta visão que queremos transportar para a própria Universidade - os professores não podem ser meros funcionários e os estudantes não podem ser meros clientes (principalmente estes, quer pelo seu número, quer pela sua energia potencial são um verdadeiro desperdício se não forem envolvidos de forma a dar peso político à Universidade).

A *Cabra*, Jornal Universitário de Coimbra, quinzenal, também feito por estudantes, tem o seu financiamento completamente garantido pelos Serviços de Acção Social da Universidade de Coimbra. Tal atesta a importância que a Universidade de Coimbra, uma instituição bastante menos fragmentada que a Universidade do Porto, dá à imprensa estudantil, como meio que contribui para a sua coesão. Contudo, prepara-se agora um protocolo conjunto entre o NJAP/JU, a Universidade do Porto e o Instituto Politécnico

do Porto, atesta que também no Porto se começa a dar importância a essa coesão da comunidade académica.

Mas não é só a coesão que está em causa. Para isso já existem as publicações institucionais dos serviços centrais de cada instituição de ensino. Trata-se também de analisar criticamente o que se passa na vida académica e muitas vezes na comunidade que lhe serve de base. Embora, haja uma aproximação da imprensa estudantil à temática da Cidade e da sua relação com a Universidade (o jornal da Associação Académica de Aveiro chama-se *UniverCidade*), são as próprias autarquias que muitas vezes se retraem no apoio às publicações académicas. Deve-se ter em conta que normalmente as comunidades académicas são uma parte substancial da população que lhes serve de base nas Cidades.

6 OS ENIEES

Depois do IVENIEES - Encontro Nacional de Imprensa Estudantil do Ensino Superior ter sido organizado pelo NJAP/JU em 2001, realizou-se este ano um novo encontro, em Lisboa. Em discussão estiveram temas como a importância das publicações académicas para as universidades e o enquadramento legal e apoios do estado para a imprensa estudantil. Em relação a este último tema foi discutido o Projecto de Estatutos da Imprensa Estudantil do Ensino Superior e a forma como deveria ser apresentada ao novo governo, uma vez que a direcção de algumas publicações académicas já tinha reunido com o anterior Secretário de Estado da Comunicação Social (SECS).

Pretende-se com o Estatuto da Imprensa Estudantil do Ensino Superior, para além da definição dos parâmetros de inclusão, conseguir o reconhecimento institucional das publicações estudantis e uma base de apoio ao nível do governo. A definição do Estatuto de Jornalista Estudante terá como base algumas horas de formação, nomeadamente ao nível da deontologia jornalística. Com este pretende-se que os colaboradores estudantes adquiram direitos similares aos do Colaborador da Imprensa Regional.

Estes encontros têm tido cada vez maior participação de jornais e revistas, o que os torna um espaço privilegiado para as publicações se conhecerem e para tomarem decisões conjuntas com um maior apoio e conhecimento do que realizam. Este incremento da massa crítica das publicações académicas corresponde à busca de uma identidade comum que lhes permita fazer face às suas dificuldades e obter o reconhecimento institucional necessário.

ANÁLISE DAS COMPETÊNCIAS PEDAGÓGICO-DIDÁCTICAS
DO EDUCADOR NO ENSINO DO JORNALISMO NO ESPAÇO
LUSO-GALEGO – UM ESTUDO DE CASO

Aníbal Oliveira
Universidade Fernando Pessoa

A problematização do Ensino do Jornalismo no Espaço Lusó-Galego implica uma análise exploratória acerca das competências pedagógico-didáticas dos seus intervenientes. Esta comunicação visa apresentar e caracterizar o perfil sócio-profissional e educativo dos professores de jornalismo neste espaço geográfico, como estudo de caso.

O processo educativo suporta-se em parte na relação existente entre a escola e o curriculum. Neste sentido, convém apresentar a importância crescente da educação escolar, bem assim como o conceito de curriculum enquanto fundamento do próprio sistema educativo.

A política educativa, o estado dos seus factores condicionantes no estabelecimento dos sistemas educativos apresenta-se como uma tomada de atenção na concepção de que qualquer sistema educativo, quer na sua estrutura, quer no seu funcionamento, não é neutro, antes pelo contrário, obedece a uma maior ou menor instrumentalização política. As correntes contemporâneas sobre a prática educativa induz a abordagem em três perspectivas fundamentais: a tradicional, a centrada na visualização das relações interpessoais e do grupo e, finalmente, a centrada na organização do processo ensino-aprendizagem e na individualização.

A verificação de uma sociedade logotécnica surgida com a revolução mass mediática encarna no seu âmago a extrema necessidade de um saber auto-regulador centrado na reciclagem gnoseológica, mercê de um processo de obsolescência. O nosso mundo é cada vez mais uma "Aldeia Global", com já o disse Marshall McLuhan, pelo que é de conveniência que a opacidade criada pelo excesso de

informação nos imponha uma exigência de selectividade, crítica; em suma, tudo o que é possível graças a uma "Educação Permanente".

A educação enquanto um processo perspectivado para responder a necessidades formativas e informativas estabelece uma relação íntima com a política (tomada no seu sentido mais explícito). Por isso, é norma de qualquer regime político veicular um conjunto normativo que pretenda alterar o sistema educativo, quer como estrutura, quer no seu funcionamento.

Pode-se afirmar que, nessa medida, qualquer política educativa preenche regularmente um reflexo da actuação do partido político no poder ou/e da ideologia conjuntural dominante. Não é de estranhar, por isso, que tenhamos assistido nos últimos tempos a uma acirrada discussão política em torno da maior ou menor instrumentalização dos sistemas educativos.

Neste quadro múltiplo de referências funda-se a importância e pertinência do conceito de "Curriculum". O Curriculum será, de um modo genérico, o conjunto das atribuições, capacidades, campos de estudo onde o estudante bastantes vezes se vai refugiar para enfrentar o mercado de trabalho.

Por outro lado, o mercado de trabalho, ou seja, o parceiro da oferta (em termos da Lei da Oferta e da Procura em Economia), vai avaliá-lo em função desse mesmo curriculum, o que poderá implicar uma relação de circularidade por vezes nefasta se levarmos à letra o conceito de curriculum como mera noção de valor e de troca.

Neste sentido, o curriculum poderia conjugar, preferencialmente, uma vertente teórica, uma segunda vertente de carácter profissional e, por fim, uma vertente criativa onde imperasse a imaginação e o jogo tomado como representação e recorrendo a todos os tipos de expressão. Em suma, um conjunto disperso por várias áreas, mas que privilegiassem a liberdade e a aplicação de cada aluno naquilo que mais lhe agradasse.

Com efeito, ao professor competiria colocar o aluno e a sua educação acima da apresentação de si, devendo apresentar um elevado registo de dedicação, inventivo, imaginativo, cultivar o gosto pela transmissão de conhecimentos, em suma - empenhado em

que através da acção educativa possa atingir os fins a que se propõe sem que, no entanto, dê peso à sua posição autoritária.

Com efeito, deve-se fazer uma chamada de atenção ao estudo das correntes teóricas na sociologia da educação: a tradicional (mais concernante com um sistema de linha religiosa e /ou militar); a nova (que recorreu a novas teorias pedagógicas vindas de outras disciplinas científicas), beneficiando por isso o alargamento socio-pedagógico; e, por fim, a moderna (centrada numa sociedade disfuncional, multifacetada, diversificada, robotizada, logotecnizada, massmediática), que procede à construção de "network's", ou seja, de matrizes ou redes de ligação entre os vários conhecimentos das várias ciências em todos os domínios do saber humano.

A principal consequência deste discurso técnico fundado na informação e no recurso a meios audiovisuais é a ruptura que estabelece entre o universo imaginário e o universo funcional. Assim, a educação vai recorrer enquanto processo científico às novas tecnologias (televisão, rádio, computador, cinema, robótica), de maneira a que se possa estabelecer uma íntima relação entre o processo de ensino e a aprendizagem do mesmo.

O recurso às novas tecnologias será, por isso, uma consequência da regular evolução do conhecimento científico, pelo que era de esperar que houvesse uma reutilização desses mesmos meios técnicos, mas agora destinados a um processo talvez mais "nobre", ou seja, o processo "instrutivo" e também "educacional".

A visão sistémica coloca-se, na actualidade, mercê de um avanço avassalador do conhecimento científico nas suas áreas mais diversificadas graças a uma fragmentação do objecto do saber e às sequenciais descontinuidades, como já o tinha afirmado Michel Foucault, ou mesmo graças á necessidade de planeamento, de programação, ou seja, a problemática do previsível versus imprevisível inscrita numa teoria das probabilidades matemáticas, como já afirmaram Le Moigne e Joel de Rosnay.

Compreende-se, então, que o processo educacional consistirá na reunião de saber vários, de ciências diferentes, cujo objectivo final traduzir-se-á num objecto de estudo a ser avaliado e anali-

sado pelas Ciências de Educação, para o que a estratégia fundamental seria uma conjugação de diversos componentes, dos quais resultaria a Educação Integral.

A ciência que se ocupa da educação e do ensino em termos latos denomina-se Pedagogia. Este conceito é proveniente do grego "paidogogia", e desta forma o pedagogo era (...) "al que instruye y educa niños (...) que exerce esta disciplina como docente (...) que investiga sobre las cuestiones relacionadas con la educación en sus diferentes aspectos (...) que se ha graduado en esta ciencia..."¹.

Neste sentido, a Pedagogia inicia o seu percurso enquanto disciplina científica nos finais do século XVI a partir da "(...) obra de Juan Clavín, *La institución cristiana...*"², para que nos finais do século XIX os estudos acerca da educação ganharam alguma autonomia do campo abrangido pela filosofia a partir do momento em que se permitiram "(...) incorporar también los conocimientos de tipo experimental y de tipo histórico"³.

Deste modo nascem as ideias de existência de duas ciências - Pedagogia e Didáctica -, de carácter unitário e visando a educação.

Na actualidade, e segundo a posição de Pendi⁴, podem considerar-se como ciências pedagógicas aquelas que analisam a partir de diversos ângulos as áreas da educação. Inclusive, ele considera-as como um subgrupo no âmbito das ciências da educação.

A necessidade de definição de uma terminologia aplicada às ciências da educação originou que diversos autores se debruçassem acerca da oposição entre o termo - Pedagogia e Ciência - num sentido de lhes configurar uma provável relação de espaço. Desta forma, autores como Santiago Hernández Ruiz e Tirado Benedí, Ernst Krieck e Peter Petersen, Delgado e Pierre Furter, Pierre Bernard ou ainda Felix Adam propõem termos que de um modo geral não vingaram como o confirma Pendi⁵.

1. Id., ib. e ss.

2. Id., ib., op. cit., p. 15.

3. Id., ib.

4. Pendi, op. cit., p. 16.

5. Id., p. 16 e ss.

No outro lado da problemática, o conceito de ciência manteve-se a partir do conjunto de características enformam e que segundo Pendi⁶ se podem confinar a "(...) conocimiento cierto de las cosas por sus principios y causas. (...) cuerpo doctoral, metódicamente formado y ordenado (...) conocimiento positivo de determinados hechos (...) reflexión problematizadora ansiosa de apresar la totalidad de lo real".

Nesta medida, as principais características da educação são no entender de Pendi⁷: *Função Receptiva* - "(...) implica... recepción o captación adecuada de información... [e por outro lado] la selección y transformación... para integrarla en sentido configurativo y formativo"; *Influência humana* - "(...) que actua como modelo, como emisor y como interventor"; *Finalidade* - "(...) objetivo, patrón ideal, etc., que oriente el proceso y la acción"; *Intencionalidade* - "(...) sustantiva... es un proceso intencional"; *Aperfeiçoamento* - "(...) y optimización"; *Gradual* - "(...) se resuelve producto - proceso sin solución de continuidad"; *Integral* - "(...) se refiere y vincula a la persona como unidad y no a dimensiones o sectores de ella"; *Activo* - "(...) del sujeto que se educa"; *Temporal* - "(...) se identifica con la vida... es permanentemente inacabado y su 'construcción' le ocupa su tiempo vital".

Compreende-se, então, a razão porque Pendi afirma que "(...) el fenómeno de la educación, que es un fenómeno humano, al mismo tiempo que un fenómeno social y cultural, se inscribe en la línea de los fenómenos comunicativos, optimizantes y evolutivos, por su carácter informativo y modular y por su misma naturaleza dinámica".

Michel Soëtard⁸ apresenta segundo Landsheere uma abordagem ao campo da ciência de educação centrada na ideia de que a educação tem um saber específico, na medida em que "(...) é uma acção assente em saberes explícitos que só podem guiá-la de uma forma válida na medida em que perdem a sua generalidade para se

6. *lb.*, p. 17.

7. *lb.*, *op. cit.*, p. 17 e ss.

8. *Op. cit.*, p. 11.

aplicar às contingências de uma situação sempre particular [e deste modo torna-se possível a existência de]... dois conceitos chave [que] são pois a acção educativa (a 'praxis' e a indeterminação do seu objecto - o educando - que, pela sua liberdade, é também sujeito, tão legitimamente quanto o educador".

Landsheere⁹, ao defender o papel decisivo que, quer a filosofia, quer a educação desempenham numa dada cultura, tenta caracterizar os movimentos filosóficos que estão na base da fenomenologia educativa, concluindo que fundamentalmente (numa lógica hegeliana) se resumem a três: A Filosofia Progressista que suporta a "Educação Nova"; e a Filosofia Reconstructivista que suporta a "Educação".

Francisco Masota¹⁰ assenta a temática da praticidade do saber educativo em seis eixos de análise, a saber: Primeiro- o ser e a acção; Segundo- o conhecimento prático; Terceiro- o conhecimento teórico do prático; Quarto- os modos de praticidade no saber; Quinto- As classes de saber segundo a sua praticidade; Sexto- A praticidade da Filosofia da Educação.

Nesta medida, Masota¹¹ entende que "(...) el conocimiento práctico no puede constituir ningún saber científico [pelo que julga ser necessário]... de fundar correctamente la racionalidad del saber práctico [uma vez que]... si se asiente a este implícito - 'sólo lo científico es lo verdadero' - es lógico que trate de constituirse el saber educativo sobre las ciencias teóricas; pero así es precisamente como se desvirtuía su vacionalidad, que es práctica. El saber educativo se configura entonces como aplicación lógica de los principios del saber teórico".

Neste sentido, entendemos a Filosofia da Educação na acepção de Masota¹²: "Lo distintivo de la Filosofía de la Educación - como saber práctico - respecto de otros saberes educativos es la perspectiva teleológica en la consideración integral de la acción

9. Id., p. 21 e ss.

10. Altarejos Masota, F (1991), *Filosofía de la educación hoy: conceptos, autores, temas*, Madrid, Editorial Dykinson, S.L., 2ª edição, pp. 357-372.

11. Id., op. cit., p. 363.

12. Op. cit., p. 372 e ss.

educativa. ¿Cómo se conoce y comprende una acción en cuanto realizable? ¿Cómo puede responderse radicalmente a la pregunta sobre el por qué de una acción posible, en unas circunstancias determinadas? Dando razón de la finalidad de la acción"... "La perspectiva teleológica, la consideración de cualquier acción educativa desde su finalidad, es la nota distintiva de la Filosofía 'práctica' de la Educación".

Face a esta redistribuição do campo educativo e a todas as transformações socioculturais que são ao mesmo tempo o seu sinal e instrumento, a instituição escolar experimenta alguma dificuldade em situar-se, não menos que todas as outras instâncias educativas.

Esta incerteza maciça e geradora de ansiedade provoca um desdobramento considerável dos estudos e pesquisas de que a educação é objecto, assim como uma renovação dos seus processos de abordagem¹³.

Tendo-se partido da irrupção das abordagens em favor da convergência das filosofias da educação, chegou-se durante a segunda metade do século XX à emergência da sua ruptura.

Com efeito, Avanzini¹⁴ aponta "o clima das Escolas Normais e a carga de um meio e de um modo de vida culturalmente autárquicos (...) [como os elementos que] mantiveram com bastante facilidade em vigor este regime de finalidades ao longo de toda a primeira metade do século XX (...) [tendo-se mostrado à evidência] a inadequação da análise comtiana assim como das esperanças de Ferry e de Durkheim".

Emergem, conseqüentemente, novas perspectivas e novas abordagens face à Pedagogia e à Didática que, como o referencia Margaret Mead¹⁵, são o resultado da "rapidez e a uniformidade [com que] as informações [eram] distribuídas pelos 'mass media'".

13. Avanzini, G., *A Pedagogia do séc. XX*, Lisboa, ed. Clã, s/d, p. 117.

14. Id., ib., op. cit., p. 122.

15. Id., ib., op. cit., p. 124. Cfr. Mead, M., *Le fossé des générations, regard neuf sur l'âge technologique*, Denoel, Paris, 1971, p. 121.

Uma vez consumida a ruptura parte-se à procura de um projecto educativo. Uma vez que se perfilham no horizonte da Pedagogia e da Didáctica diversas doutrinas contemporâneas Avanzini¹⁶ opta por "distingui-las consoante a maneira como elas interpretam a relação entre a Escola e a sociedade global".

Perante esta problemática alguns autores manifestam-se consoante as suas próprias interpretações: G. Snyders¹⁷ "Sublinha o carácter obsoleto dos modelos da pedagogia tradicional"; G. Mendel¹⁸ "identifica uma recusa da 'herança' na qual opondo a 'crise' ao 'conflito' de gerações, ele situa o sinal distintivo da juventude contemporânea"; M. Mead¹⁹ processa uma distinção entre as culturas "pós-figurativas" das "co-figurativas" e "pré-figurativas", criando uma oposição/contradição entre o passado-presente-futuro, e, deste modo, aponta para a dialéctica entre a representação-reprodução de um passado e, do outro lado, a inovação absoluta; P. Ricoeur²⁰ aponta para a necessidade de reinterpretar a vida; M. McLuhan²¹ acentua a passagem da idade da escrita à idade dos média, na medida em que entende o percurso da "aldeia tribal" à galáxia de Gutemberg e desta à fase dos "mass media" e da electrónica, as quais (últimas) privilegiam a imagem e o som.

Neste momento, Avanzini²² acentua a posição central em Marshall McLuhan - "O audiovisual já não é um auxiliar da linguagem mas uma outra linguagem; e o texto já deixou de ser veí-

16. Id., ib., op. cit., p. 127.

17. Id., ib., op. cit., p. 136. Cfr. Snyders, G., *Pedagogia progressista*, Paris, PUF, 1971, pp. 45 e ss.

18. Id., ib., op. cit., p. 136. Cfr. Mendel, G., *La crise des générations*, Paris, Payot, 1969, p. 117.

Cfr. Mendel, G., *Pour décoloniser l'enfant*, Paris, Payot, 1971, pp. 110-118.

19. Id., ib., op. cit., p. 136. Cfr. Mead, M., *Le fossé des générations...*, pp. 133-134 e 136.

20. Id., ib., op. cit., p. 136. Cfr. Ricoeur, P., *Le conflit - signe de contradictions et conflits - naissance d'une société*, Lyon, Ed. Ch. De France, 1972, p. 196.

21. Id., ib., op. cit., p. 137. Cfr. McLuhan, M., *Mutations*, Tours, Mane, 1990, p. 70.

22. Id., ib., op. cit., p. 137.

culo exclusivo da informação. Ora, as condutas neutrais provocadas por uma e por outra estão em descontinuidade".

Sendo assim, em M. McLuhan²³ "a escola exerceu um papel social tão determinado como ultrapassado [e por isso] já não há que preparar indivíduos idênticos mas há que favorecer ao máximo a diferenciação e a inventiva - razão por que toda a necessidade... de uma instrução estandardizada pode muito provavelmente e muito rapidamente desaparecer - , pelo que se propõe que no futuro existam espaços culturais ou sociais - os 'novos lugares da educação' - em suma, a 'Escola Paralela'".

Mas e a Didáctica? A didáctica como ciência não constitui um espaço de saber e aplicação investigacional sereno. Com efeito, é comum uma certa conflitualidade entre a mesma e a área relativa ao "currículum".

Araceli García²⁴ entende que "La Didáctica se preocupa más de los profesores, su actividad y sus medios, también de los resultados, y el currículum se entiende más como el estudio de los problemas relacionados con el contenido, su selección, su presentación..., pero hoy existe un acercamiento". A Didáctica como ciência da educação enquadra-se no âmbito das ciências humanas e traduz uma abordagem pluridimensional ou pluridisciplinar, e tal como afirma Araceli García²⁵ ao mencionar J. Muaruz²⁶ "es un campo de estudio que se centra en los procesos formales de enseñanza - aprendizaje institucional, pero que se apoya en otras ciencias humanas: psicología y sociología y antropología cultural, fundamentalmente, y que tiene en cuenta las operaciones de las otras ciencias cuyo objecto es la educación".

Todavia a percepção que se atribui às diversas posições face à identidade de "Didáctica" é, regra geral, agregada às ditas ciências

23. Id., ib., op. cit., p. 137. Cfr. McLuhan, *Pour comprendre les médias*, Tours, Mane, 1967, p. 37.

24. Estebanarz García, A., *Didáctica e innovación curricular*, Sevilla, Universidad de Sevilla, 1994, p. 76.

25. Id., ib.

26. Id., ib., op. cit., p. 38. Cfr. Álvarez, S. M., *Didáctica, currículo y evaluación: Ensayos sobre cuestiones didácticas*, Barcelona, Alamex, 1987, pp. 79-84.

aplicativas ou práticas, como o refere A. García²⁷, que apresenta alguns autores que a ela se referem - Benedito²⁸, Ferrández²⁹, Zabalza³⁰, Villar Angulo³¹.

No entanto, a abordagem ao espaço da Didáctica não resulta tão sensível quando nos revemos no continente americano. Aqui, Doyle³², Carr e Kemmis³³ e Connelly e Clandinin³⁴ apontam, respectivamente para afirmar objecções/observações face ao papel Didáctica - a necessidade de perder o carácter psicológico, mudar o seu discurso, alterar o conteúdo do currículo e o uso da investigação, e o papel do docente no contexto da realização do currículo.

No essencial, os autores apresentam a imperatividade da Didáctica se relacionar com outras ciências, como o defendem Cazden³⁵ e Erickson³⁶ no que respeita à linguística, sociologia e astronomia, na medida em que, segundo eles, seriam conhecimentos úteis na análise e na concepção do conhecimento acerca do discurso na aula; ou, por outro lado, na documentação dos fins e dos conteúdos a abranger no currículo.

27. Id., ib., op. cit., p. 38.

28. Ib. Cfr. Benedito, V., *Introducción a la didáctica. Fundamentación teórica y diseño curricular*, Barcelona, Barcanora, 1987.

29. Ib. Cfr. Ferrández, A., *Didáctica general y didácticas especiales aplicadas a la didáctica diferencial, Proyecto docente*, Barcelona, UAB, 1985.

Id. "El formador y su formación". *Herramientas*, 3, 1989, pp. 39-53.

30. Id., ib., op. cit. Cfr. Zabalza, M.A., "La didáctica como perspectiva específica del fenómeno educativo (II)". En Medina, A. e Sevillano, M^a L. (coords.), *Didáctica-Adaptación, 1*, Madrid, UNED, 1990, pp. 171-220.

31. Villar Angulo, L.M., *El profesor como profesional: Formación y desarrollo personal*, Granada, Servicio de Publicaciones de la Universidad, 1990.

32. Id., ib., p. 39. Cfr. Doyle, W., "Currículo and pedagogy". En Jackson, Ph. (ed.), *Handboard of research on curriculum*, New York, MacMillan Publishing Company, 1992, pp. 486-516.

33. Id., ib., p. 39. Cfr. Carr, W. e Kemmis, S., *Teoría crítica de la enseñanza*, Barcelona, Martínez Roca, 1988.

34. Id., ib., p. 39. Cfr. Connelly, F.M. e Clandinin, D.J., "Stories of experience and narrative inquiry". *Educational Research*, 1990, 19(5), pp. 2-14.

35. Id., ib., p. 39. Cfr. Cazden, C.B., "El discurso del aula". En Wittrock, M. (ed.), *La investigación de la enseñanza*, III. Barcelona/Madrid, Paidós/MEC, 1990, pp. 427-709.

36. Id., ib., p. 39. Cfr. Erickson, F., "Métodos cualitativos de investigación sobre la enseñanza". En Wittrock..., op. cit., II, 1989.

Zabalza³⁷ defende a ideia de que "a Didáctica actual é esse campo de conhecimentos, de investigações, de propostas teóricas e práticas que se centram sobretudo nos processos de ensino e aprendizagem (...) e espera-se que se resolva problemas no âmbito do ensino-aprendizagem, que gere estratégias de acção capazes de melhorar qualitativamente esses ditos processos, que desenvolva um corpo sistemático de conhecimentos e métodos capazes de incidir naquele fazer docente, seja onde seja, que este a utilize".

A necessidade de uma abordagem didáctica a partir do seu conhecimento - desde a teoria à prática - levanta alguns problemas à investigação, principalmente quando se pretende uma elaboração da teoria explicativa ou normativa, na qual se inscrevem Benedito, Soto, Zabalza e Villar Angulo.

Noutra perspectiva, outros autores caracterizam-na, simultaneamente, como ciência, arte e práxis, como faz Pérez Gómez³⁸. Se bem que Gage³⁹ aponte a pertinência de separar/exercer uma distinção entre o conhecimento e a prática. A propósito ele diz "creio que é oportuno, para fins de definição, distinguir a prática da teoria sobre ela. A prática, o ensino, é uma arte, que exige conhecimento, inclusivamente habilidade, técnica. Mas a Didáctica é a ciência e tecnologia na medida em que supõe um corpo organizador de conhecimentos ou como tendência para tal, e de conhecimentos que devem aplicar-se na prática, a partir da compreensão subjectiva, pessoal, da realidade".

37. Id., ib. Cfr. Zabalza, M.A., "La didáctica como perspectiva específica del fenómeno educativo (II)". En Medina, A. e Sevillano, M^a. L. (coords.), *Didáctica-Adaptación*, 1. Madrid, UNED, 1990, pp. 171-220 (p. 136).

38. Id., ib. Cfr. Pérez Gómez, A., "Los procesos de enseñanza-aprendizaje: Análisis didáctico de las principales teorías del aprendizaje". En Gimeno, J. e Pérez, A. (ed.); *Comprender y transformar la enseñanza*, Madrid, Morata, 1992, pp. 34-77.

39. Id., ib. Cfr. Gage, N.L., *The scientific basis of the art of teaching*, Nueva York, Theachem College Press, 1978, s/p.

A FORMACIÓN DE XORNALISTAS EN GALICIA

Xosé Ramón Pousa
Universidade de Santiago de Compostela

A evolución das novas tecnoloxías da información e as esixencias dun mercado de traballo cada vez máis competitivo son un desafío para os profesionais do xornalismo e, de forma especial, para as institucións de ensino dunha profesión coma esta, en constante cambio. Os medios de comunicación esixen profesionais con sólidos coñecementos en informática, con capacidade de innovación e flexibilidade para actuar nos diversos campos do xornalismo, ademais doutros contidos necesarios para a actividade periodística que a Universidade tradicional non sempre sabe dar¹. A vertixinosa evolución da profesión formúlalles ademais ás universidades a necesidade non só de formar novos profesionais, senón tamén de atender a demanda de reciclaxe continua para os xornalistas, que se ven na obriga de responder a novos retos profesionais presentados polas novas linguaxes desenvolvidas ao abeiro das novas tecnoloxías.

A Facultade de Ciencias da Comunicación da USC, nacida hai agora 11 anos, xorde en plena crise do modelo educativo do xornalismo español, o cal dera lugar a comezos da década dos 70 ao nacemento das facultades de Ciencias da Información. Uns centros educativos dotados dun plan de estudos que estaba enfocado naquel momento á formación de informadores nunha sociedade como a franquista, que padecía os recortes da liberdade de prensa propios dunha situación ditatorial en que os medios audiovisuais nin sequera podían producir información. Toda unha contradición.

Daquela o ensino do xornalismo, como ocorre en moitos outros contextos, incluso en países democráticos, limitábase a reproducir contidos xeneralistas das ciencias humanas e sociais, mesturados con materias propias da profesión que, en ningún caso, acadan a dimensión práctica necesaria para o exercicio profesional. A Universidade española limitase nese tempo a lanzar ao mercado

1. Hélio A. Schuch: "Qualidade no ensino de jornalismo", *Sala de Prensa* n.º 19, maio 2000.

profesionais con boa formación teórica, pero con grandes dificultades para poñer en práctica os seus coñecementos; así pois quedaba en mans das empresas a formación empírica dos titulados universitarios. Nesta situación, non resulta rara a desvalorización da titulación, e o camiño emprendido por moitos empresarios de optar por outro tipo de titulados, ou incluso de contratar non titulados que ingresaban na profesión periodística por unha cada vez máis visíbel porta traseira. Unha vía alternativa que, por riba, foi consagrada pola Constitución española de 1978 en nome dun mal entendido concepto de liberdade de expresión, en que se confunde o acceso aos medios co libre exercicio dunha práctica profesional que require dunha formación regrada. Neste momento, os centros de formación de xornalistas do panorama español contamos co grande hándicap de ter que atraer universitarios para unha titulación que non é necesaria para o exercicio profesional.

Que é o que pasa na sociedade española e particularmente na galega para que cada ano preto da cuarta parte dos estudantes que superan a selectividade queiran facerse xornalistas e fagan cola ante as portas da facultade de Santiago até subir a nota mínima de entrada a niveis superiores aos esixidos polas carreiras de elite? Por que tanto interese en estudar unha profesión que non é obrigatoria e posúe uns niveis salariais, salvo excepcións, que figuran nos niveis medio-baixos da escala laboral?

Son algunhas das interrogantes que, de portas para dentro da facultade, nos facemos cando unha nova promoción se apresta a comezar os estudos de Xornalismo. Uns estudos que, por certo, nin sequera gozan de boa prensa entre as empresas do sector, receosas dun ensino que, até o de agora, estivo bastante afastado da realidade práctica da profesión, aínda que esta sexa unha vella teima universidade-medios que, afortunadamente, se desinfla cada día.

Este achegamento entre a Universidade e a empresa xornalística débese, por unha banda, a unha realidade que estatisticamente demostra que, pese ao confucionismo sementado pola Constitución española ao identificar liberdade de expresión con libre acceso á profesión periodística, hoxe en día máis do 70% das redaccións infor-

mativas de xornais, radios e medios televisivos están integradas por licenciados en Ciencias da Información. Con todo tamén debemos relacionar este feito coa filosofía imposta pola LRU (Lei de reforma universitaria), que permitiu a configuración duns plan de estudos máis próximos á práctica profesional do xornalismo.

Neste contexto non é estraño que, a comezos dos anos 90 as facultades de Ciencias da Información do Estado español lle dean un xiro importante á súa orientación pedagóxica buscando unha mellor adaptación ás condicións do mercado. Froito desta nova mentalidade, impulsada dende anos atrás pola LRU, é a reforma dos plans de estudo de xornalismo que emprenden a maior parte das facultades e onde a recentemente creada Facultade de Ciencias da Información de Santiago de Compostela, como centro de nova creación, foi pioneira, xa que puxo en marcha un ano antes ca no resto do Estado español esta nova filosofía, en que o ensino teórico e a formación práctica se equilibran a un cincuenta por cento.

O que está claro e o que percibimos todos é que, aínda introducindo mecanismos de crítica universitaria nos plans de estudo, ou o ensino do xornalismo comezaba a encadrarse no perfil esperado polo mercado de traballo, ou quedaría á marxe deste. O xornalismo é unha actividade profesional en que o resultado é un produto ou servizo e, dende este punto de vista, o plan de estudos debía configurar un curso de periodismo onde a profesión fose ensinada de forma integral.

A pesar da desregulación que vive a profesión periodística, 30 anos despois da posta en marcha das facultades de Ciencias da Información, xa ninguén dubida que o exercicio profesional precisa dunha formación académica perfectamente estruturada que garanta o papel do xornalista como mediador, unha especie de "experto en expertos", é dicir, que sabe a quen recorrer para obter a información que necesita e domina as técnicas que fan posíbel a transmisión desta información ao público xeral. Todo iso nunha sociedade complexa e altamente tecnificada na que o papel dos medios de comunicación será cada vez cualitativamente máis importante.

O xornalista deste século non se limitará a traballar nun xornal, nunha emisora de televisión, nunha cadea de radio, ou a exercer a profesión nos tres soportes en simultáneo, como xa o fan moitos profesionais de empresas multimedia, senón que as novas tecnoloxías, dende a dixitalización da imaxe e o son pasando polas comunicacións por cable, están recompoñendo o até agora tradicional panorama dos mass media e abrindo novos campos profesionais aínda difíciles de perfilar para os que vivimos inmersos no inicio do proceso de evolución dende a xa case que arqueolóxica galaxia de Gutemberg. As sociedades do Terceiro Milenio van necesitar un novo tipo de comunicador que sexa quen de avaliar, analizar, comprender e explicar o que está a pasar e, dentro do posíbel, o que poida pasar no futuro, sen que por iso se abandone o papel fundamental de informar.

O papel da Universidade está en posibilitar a formación dese tipo de profesional, que ao meu xuízo debe estar dotado dunha gran curiosidade por todo o que o rodea, afán de comprensión, de imaxinación, sede de coñecementos, certa vocación pedagóxica e paixón por comunicar, xunto cunha boa dose de valentía e de prudencia.

A existencia dun centro de formación de xornalistas en Galicia concíbese de forma que sexa capaz de garantir a formación de profesionais, potenciar a investigación e a reflexión sobre os problemas da comunicación e da cultura e favorecer a reciclaxe permanente dos profesionais que teñen que adaptarse ás esixencias dun sector en permanente evolución.

Trátase dunha opción teórico-técnica, en que a función da teoría non quedaría satisfeita se se limita a reflexionar sobre a problemática da significación destinada a producir un coñecemento capaz de xerar unha competencia de simple "lectura", senón que debe cumprir, sen escusa, a función de xerar unha competencia operativa destinada á produción das mensaxes nos medios de comunicación.

Trátase, pois, de producir un saber que permita coñecer os mecanismos, convencións e lóxicas culturais e sociais que posibiliten

o complexo proceso de produción. A teoría debe servirnos tamén para caracterizar a técnica, referida tanto aos instrumentos de produción e de emisión ou difusión, como aos procedementos e recursos que entran en xogo para construír as mensaxes e coan as esixencias do proceso de transmisión e difusión da palabra, da imaxe e do son, así como as dos procesos de codificación e decodificación.

A función docente específica da Facultade de Ciencias da Comunicación de Galicia é ofertar ao alumnado os coñecementos teóricos, técnicos e prácticos, a instrución e o adestramento necesario para formalo como profesional da información e da comunicación en todos os medios, cunha cualificación que desenvolva e estimule o seu afán de investigación e de experimentación fundamentadas nunha ampla base teórica.

A propia dimensión universitaria do centro e das súas disciplinas obriga a afondar no coñecemento teórico e científico dos medios de comunicación e de información, de xeito que exceden os límites da práctica e da formación profesional. O obxectivo que se persegue con esta achega teórica ao exercicio do xornalismo e da comunicación é o de capacitálo profesionalmente para renovar permanentemente o proceso comunicativo en que desempeñará un papel relevante, pero ademais debe permitirlle a reflexión sobre a práctica da profesión.

Na Universidade de Santiago tratamos, pois, de formar comunicadores con sentido expresivo na escrita e no audiovisual, que dominen as técnicas de expresión oral e visual ademais da redacción axeitadas ás esixencias derivadas das características peculiares de cada medio. Por outra parte, os nosos alumnos deben coñecer as tecnoloxías dispoñíbeis para efectuar esa expresión sacándolle o máximo rendemento na produción informativa e comunicativa, sobre todo cando neste momento o mercado reclama un "periodista compacto" que reúna as funcións tradicionais do informador e as de deseñador-operador-mesturador-realizador. Un profesional capaz de manexar os equipos de forma que sexa o autor integral da mensaxe.

Non hai que esquecer que entre as funcións que deben levar a cabo os comunicadores segundo a demanda social actual atópanse: a investigación capaz de orientar as políticas de comunicación; as estratexias de comunicación; o deseño da oferta e dos produtos; a xestión dos proxectos; a implantación das tecnoloxías; a mellora das linguaxes comunicativas; o descubrimento de novos xéneros periodísticos; e a crítica e a análise da praxe dos medios e, porque non, da especulación teórica.

Tamén para todo isto ten que formar os alumnos a facultade se quere contribuír ao desenvolvemento da sociedade e da cultura e responder con eficacia ás esixencias sociais e do mercado. E esta formación só llela pode garantir unha concepción que combine os saberes teóricos e técnicos para buscar unha relación dialéctica e non de forma escindida e non poucas veces contraditoria.

Trátase de subministrarlle ao alumno "saber" e "saber facer". Por outra banda non se pode confundir o "saber facer" con "saber como facer". Son dúas cousas distintas aínda que as dúas se aprenden. A primeira apréndese por medio da instrución e a segunda mediante o adestramento; ambas as dúas aprendizaxes son responsabilidade do centro.

Esta filosofía plásmase nun plan de estudos, modificado en 1999, que pretende responder con eficacia ás necesidades do mercado da comunicación e da información e ás demandas sociais adecuándose ás directrices do Ministerio de Educación que se ditan desde o Consello de Universidades, esixencia imprescindible para o recoñecemento oficial do título.

O plan de estudos actualmente en vigor na USC presenta un grande equilibrio entre teoría e práctica, cun 57% dos créditos teóricos e 43% prácticos, onde os soportes impresos supoñen un 51,5% de créditos e os audiovisuais un 48,5%. A carreira está equilibrada por sectores de capacitación: hai materias que capacitan para a comprensión do contorno social e da súa evolución histórica, así como para expresión lingüística, o que supón un 25% da oferta. O alumnado conta tamén con materias que capacitan nas teorías específicas da comunicación e da información, o que cons-

titúe un 23% da oferta. Finalmente contan con materias que capacitan na análise, teoría e experimentación da produción informativa nos diferentes medios, o 52% dos contidos.

Neste momento, á luz dos resultados obtidos, coa experiencia das sete promocións de xornalistas saídas da Facultade de Ciencias da Comunicación de Galicia, dende un punto de vista persoal, diría que a realidade do panorama profesional en Galicia suxire un novo paradigma na formación dos graduados e que ese novo paradigma pasa pola calidade. Un novo enfoque que dote ao futuro profesional da comunicación dunha formación flexíbel e axeitada para un mercado de traballo en constante mudanza, con tendencia a ser cada vez máis dinámico, en función dos avances tecnolóxicos, da competencia entre soportes e no xurdimento de novos medios.

Para dotar de maior calidade ao ensino dos futuros xornalistas son precisas boas infraestruturas, coma o edificio que dende hai dous anos serve de sede á facultade, obra do arquitecto portugués Alvaro Siza. Boas infraestruturas que teñen que modernizarse cada pouco, con novos e altos investimentos. Para todo isto hai que reclamar o compromiso constante das autoridades universitarias e da mesma sociedade. E, sobre todo, débese poder contar cun cadro de profesores que saiba estar á altura das circunstancias, que teñan claro que a súa formación nunca estará pechada e que esixe dunha constante reciclaxe e traballo de investigación para poder incorporar ao ensino os seus logros como investigadores. Este equipo debe renovarse con sabia procedente das novas xeracións, para o que é necesario rachar esta tendencia aos cadros de persoal planos que ultimamente está a ameazar a universidade pública española dende a entrada en vigor da nova LOU (Lei orgánica de universidades). Só así estaremos en condicións de seguir formando bos profesionais e de acadar o recoñecemento social que merece unha profesión tan lonxe da dignificación.

Por último, hai que destacar a necesidade de incorporarse canto antes ao proceso de converxencia cara ao denominado "Espazo europeo da educación superior" que, despois da harmoni-

zación económica e laboral, supón o terceiro reto da Unión Europea. Este proceso esixirá un grande esforzo por parte dos educadores para dotar o sistema educativo dunha maior flexibilidade que faga posíbel a compatibilidade entre os sistemas dos diferentes países, o que lle permitirá ao alumnado posuír un currículo propio e aberto acorde cos seus intereses. Este feito seguramente nos vai beneficiar aos galegos e portugueses que, coa realización de congresos como o presente, apostamos xa por un futuro sen fronteiras.

O XORNALISMO NA SOCIEDADE GALEGA

Miguel Túñez
Universidade de Santiago de Compostela

Dezaseis de cada cen xornalistas galegos cobran menos de 600 € mensuais, o que os deixa por debaixo da liña da pobreza

Quixera comezar a miña participación neste I Congreso Luso-Galego dedicándolle os primeiros minutos a expor a miña visión persoal do periodismo, a partir das achegas da Xornalística, da experiencia nos medios, do labor como docente, do contacto continuo con profesionais en activo e, tamén, como consumidor de tempos e espazos informativos.

Sobre o xornalismo recaen moitas etiquetas de signo ben distinto que o debuxan como unha profesión atractiva ou que o configuran como un estraño mundo en que as informacións responden a intereses non declarados. Crer nas novas como referente absoluto de veracidade é tanto coma crer na veracidade dos contos de fadas. Situarse no outro extremo e pensar que todas as novas responden a tratados de alquimia e confabulacións é debuxar unha visión tan errada coma a anterior. Por iso considero que, coma en todo, é necesario ir pola compensación cara ao equilibrio. É buscar a veracidade, pero sen esquecer que inevitablemente será unha veracidade interpretada desde os intereses do medio e dos seus propietarios. Veracidade si, pero sen deixar de ver que os medios públicos priorizan a visión ideolóxica que máis se achega ao grupo político dominante e que os medios privados engaden a peneira interpretativa da nómina de accionistas e a necesidade de pechar cada balance anual con beneficios.

E así sucede nun momento en que os ingresos por venda de exemplares non sempre son suficientes para compensar os gastos de edición, sobre todo nos diarios de menor tiraxe. Co panorama xeral dos medios galegos como referente máis próximo, é visíbel que se deixou a un lado a competitividade pola calidade das

historias que contan e se entrou de cheo na carreira pola publicidade e as axudas. Interesa o *scoop*, a exclusiva, pero non se mima tanto o grao de calidade con que se elaboran os contidos do temario. Cunhas cifras de mercado sen cambios significativos, os obxectivos oriéntanse a operacións que permitan compensar o elevado custo que representa estar cada mañá no quiosco ou nas ondas: desde a promoción de regalos con cada exemplar até a captación das campañas institucionais¹.

E nos audiovisuais, os índices de audiencias marcan unha acelerada carreira en que case todo vale coa escusa de que iso é o que o público demanda. A todo, hai que lle engadir a necesaria reconversión e constante actualización tecnolóxica. Sobre todo na prensa, aínda que podería xeneralizarse para os tres soportes; mimouse o deseño -ou o redeseño-, a introdución de novos formatos, a creación de novos produtos, a modernización e ampliación dos espazos da redacción..., pero deixouse de lado ao xornalista.

Moitos dos que hoxe pasan o día reconstruíndo acontecementos para transmitírllelos a lectores e ouvintes reconecen que nalgunhas redaccións o periodista mellor considerado pola empresa xa non é o que achega os temas máis elaborados, senón o que máis cantidade de información ou de informacións produce. E mellor aínda se é dos que crea menos conflitos coa dinámica de traballo do medio.

Isto ocorre con máis frecuencia canto menor é a difusión ou o ámbito territorial do medio e, por conseguinte, o tamaño da empresa e as súas posibilidades económicas. As queixas máis comúns dos informadores refírense, como veremos, á cantidade de horas que lle dedican ao seu traballo por un soldo que está moi por debaixo do que as estatísticas cifran como ingresos mensuais medios.

1. Afortunadamente, estamos lonxe de iniciativas coma a do xornal boliviano que no seu suplemento para homes no Día dos Solteiros, que son todos os venres, inclúe unha sopa de letras a modo de pasatempo-concurso. O gañador ten como premio “el servicio de una señorita y copa de compañía”; o segundo, o servizo dunha “señorita” e o terceiro ten que pagar a metade dese servizo porque o premio do xornal só é o 50% do que custe. E o medio, que segundo os seus traballadores consegue os premios por intercambio de publicidade, publica o nome e os datos identificativos dos gañadores.

Desde a profesión periodística transmitiuse case sempre unha mensaxe de corte corporativista en defensa da autenticidade e veracidade dos acontecementos incluídos en tempos e espazos informativos. Poucos periodistas admiten publicamente que se exerza algún modo de censura nos seus medios, pero eses mesmos non evitan signos de complicidade con quen argumenta a existencia de censura en medios competidores.

A observación participante, e a experiencia, permiten comprobar que na privacidade os discursos son moi distintos. Os xornalistas reunidos con xornalistas sempre acaban falando de xornalismo, dos seus xornais-rádios-televisións (coma se realmente fosen seus), das súas informacións, das súas fontes, dos xefes e dos problemas para contar todo o que saben. E aí é onde aparecen con crueza as versións non publicábeis e non confesadas do exercicio da profesión. Que hai temas impubicábeis, nomes impronunciábeis e protagonistas que para o medio son inexistentes. O mesmo que hai entrevistas pactadas, silencios decretados, realidades maquilladas, verbos prohibidos ou titulares imposíbeis por reais. Ou espellos con tantos anversos coma se precise; enfrontamentos e amoríos medios-fontes; publicidades e anunciantes que ditan loas; e, por ir rematando os supostos, afinidades editoriais ou políticas...

Desde o receptor acostuma valorarse a profesión como o resultado de actuacións estelares e axuízase o traballo colectivo a través de achegas informativas que case sempre responden a decisións ou estratexias empresariais máis ca ao traballo cotián dun redactor. Desde as audiencias, téndese a identificar e a considerar ese traballo colectivo como unha tarefa individual, coma se o presentador dos telexornais fose o que elabora todos os temas de que informa.

Esa colectividade maioritariamente anónima, con tan só algúns membros visíbeis, agocha un amplo catálogo de variedades: xunto os periodistas preocupados polo rigor e empeñados en defender a honestidade das informacións que elaboran están os que se aproveitan do xornalismo para exercer outra actividade. E nesta última gama inclúese o *faxperiodista*, convencido de que a súa única misión é darlles cobertura informativa ás convocatorias coas que

cada mañá o obsequia o fax; o *funcionarioperiodista*, que se limita a recoller versións oficiais e para o que as xentes sen gravata non son merecedoras de atención informativa; o *perioconformista*, disposto a conformarse con todo e a escribir o que lle digan ou como lle digan; o *politicoperiodista*, que se cre facultado para legislar e gobernar porque as tarefas laborais lle permiten compartir cafetarías con conselleiros e deputados; ... e todos aqueles -dicía- que, como ben enumerara Margarita Rivière ao aconsellar aos que aspiran a entrar nas facultades para que teñan claro cal vai ser o seu traballo, todos aqueles que cobran como periodistas e exercen de "xuíz, árbitro, policía, detective, novelista, corista, saltimbanqui, contiñeiro, profeta, futurologo, marchante, alcaiole, cortesán, famoso, funcionario, político, asesor, tecnócrata, comerciante, financeiro, modisto, publicitario, relacións públicas, apoderado, vendedor, estrela do *show bussiness*, militar, misioneiro ou predicador" (1994: 40).

Todos, que de todo hai, compartindo unha profesión que por non ter, aínda non ten definido claramente o que significa: o que é un periodista; pero que traballa a diario con pautas que, escritas ou non, acaban por cuñar modelos referenciais que garanten o funcionamento dunha das profesións máis dinámicas.

Este traballo colectivo maniféstase, principalmente, na tarefa de producir noticias. Ou o que é o mesmo, nunha síntese apurada, en producir a actualidade que será coñecida pola audiencia de cada medio. Pero o que se presenta como referente de realidade en cada temario non é máis que a reconstrución da realidade que fai cada medio como resultado dun proceso de inclusións/exclusións e xerarquizacións entre toda a realidade que coñece, que nunca é toda.

Os medios parten dunha mesma materia prima e chegan a produtos diferentes, sempre etiquetados co rótulo de veracidade, actualidade e pluralismo. As variacións están no proceso, nas estratexias e nos obxectivos de cada empresa informativa e nos medios que poña (ou de que dispoña) para executalos.

Os axentes sociais teñen ben aprendido que necesitan do soporte mediático para que o seu discurso consiga a credibilidade que a sociedade deposita nos medios informativos. O noso refe-

rente da *realidade* é a suma da experiencia persoal e das referencias mediáticas sobre acontecementos que están fóra desa experiencia. Por iso, se admitimos que, amais do que vivimos, nada pasa até que se conta nos medios, temos que aceptar igualmente que ningunha das mensaxes que se lle transmiten á sociedade é máis críbel que as informacións difundidas polos medios de masas.

Pero a mensaxe tamén foi evolucionando a través do tempo segundo a atención preferente do emisor se dirixise cara ao contido, cara ao receptor ou cara á estrutura; ou segundo se buscasse incidir nun ámbito de actuación interno ou persoal, externo ou social, ou ben nun ámbito global.

A teoría da agulla hipodérmica (desde a década dos 20), do *gatekeeper* (desde a metade do século pasado) ou da espiral do silencio e da *agenda-setting* (sobre todo a partir dos 70) reflicten como ao longo de todo o século XX se vén evolucionando do estudo da omnipotencia mediática ao carácter limitado dos seus efectos e aos seus efectos cognitivos (ou a longo prazo). En calquera caso, nesta evolución está presente o estudo da influencia dos medios no coñecemento da realidade que nos rodea.

E nesa evolución non só mudaron as convencións xornalísticas, senón que mesmo entrou en crise o concepto de noticia e o papel de elemento activo que se lles reservaba aos xornalistas. O periodista deixou de buscar información como premisa principal do seu traballo. Agora, vese saturado pola que recibe. A idea do xornalista en busca da noticia case queda no pasado porque agora son máis as novas que buscan o periodista ca os periodistas que buscan novas fóra dos actos a que son chamados. Tanto é así que a multiplicación de propostas informativas é un dos factores que explican a tendencia á especialización temática e a aparición de publicacións especializadas ou monotemáticas, como alternativa a un periodismo xeneralista en que os principais axentes políticos se converteron nos auténticos dinamizadores da axenda informativa. Polo menos na teoría, xa que no xornalismo galego a tendencia dominante segue a ser a xeneralista: pouco periodismo especializado e menos aínda de investigación.

Ese papel activo das fontes propicia que os temarios informativos dos medios sexan maioritariamente coincidentes en asuntos, protagonistas e escenarios. E boa parte desas coincidencias -en crecente progresión a medida que o medio é máis pequeno- correspóndense con acontecementos programados e executados para seren noticia, moitos deles protagonizados polo propio promotor do feito.

Sen entrar a fondo na análise da suplantación da realidade a través de símbolos, como podería facerse achegándonos á semioloxía, á pragmática lingüística ou desde o construtivismo, é posíbel observar que a realidade que elaboran os periodistas non é única, senón tan só un dos varios prototipos de realidade que poderían diferenciarse; a que ocorre, a que coñece o medio, a que exclúe, a que silencia, a que publica, a que a audiencia consome e a que a audiencia retén e comenta.

Sorprende, ás veces, definir este proceso de creación de realidades como unha dinámica baseada en rutinas; porque rutina e xornalismo son dous conceptos que aparentemente están disociados, incluso para moitos periodistas. Non é estraño que así ocorra, xa que a profesión proxéctase cara á sociedade a través de estereotipos que destacan o xornalismo como unha actividade trepidante en continua renovación de situacións e con protagonistas metidos en arriscadas aventuras con final feliz. Pero, tamén, a asociación da rutina ao periodismo provoca rexeitamento debido ás connotacións negativas derivadas da propia terminoloxía.

Namentres, o colectivo profesional descubría na década dos 70 que o proceso de construción da realidade se facía a través do que Berger e Luckman denominaron *habitución*, é dicir, "actos que se repiten con frecuencia até crear unha pauta que despois pode reproducirse con economía de esforzo" (1978, pp. 74-75). Nesa mesma década, as achegas de Tuchman, Fishman e Sigal, entre outros, incidiron en explicar que toda a armazón produtiva pola que se fabrican as noticias, e con elas a realidade, sostense en rutinas.

Tres décadas despois, a evolución do xornalismo non fixo senón consolidar esas rutinas e xerar outras novas até crear prácticas laborais que se explican a través das rutinas produtivas, pero

que significan a negación das pautas como garantía de honestidade e permiten a inclusión no temario de pezas que non son máis que a propia negación do xornalismo.

Se no 67 Perrow explicaba que o periodismo é un *traballo de non-rutina* no que os periodistas se desenvolven pondo enerxía nas calidades persoais e na súa independencia fronte á ameaza da burocratización laboral, as investigacións posteriores referendaron un rumbo distinto. Así, Tuchman identificou o traballo xornalístico como o resultado de patróns operativos estándar; Mauro Wolf conceptuou [as rutinas] como un procedemento repetido que permite que funcione a produción sen excesivas alteracións do seu ciclo normal; Fishman, como procedementos operativos correntes; Golding-Elliot, como reiteracións inevitábeis; Tunsall, como mecanismos de defensa; Everest Hughes, como un modo de adecuar o traballo do periodista ás prácticas profesionais; e, por rematar coas citas, o italiano Andrea Garbarino apoiouse en Padioleau para conceptuar o proceso como prácticas que se inscriben nos contactos das relacións dos xornalistas coas fontes, coa audiencia e cos outros periodistas.

A análise rigorosa da información publicada obriga a actualizar as definicións a través dun engadido: as pautas consolidáronse como garantía do proceso pero, á vez, en ocasións reproducíronse a si mesmas por rutina. Rutina da rutina, ou *rutinización*, ou o que é o mesmo, novas prácticas laborais que evidencian notábeis desaxustes entre a teoría deontolóxica e a práctica periodística.

As fontes -sobre todo as máis próximas aos poderes político e económico- vírono claro e crearon as súas propias fórmulas para evolucionar a un ritmo máis rápido até facer súa a dinámica da produción de información. Así, os gabinetes de prensa, principalmente, irromperon até converterse en auténticos promotores e dinamizadores da axenda pública. A situación agrávase nos casos en que a mensaxe elaborada pola fonte chega íntegra e textualmente á audiencia, pero codificada coma se fose un traballo elaborado pola redacción.

Sucedede, tamén, que esta forma de facer xornalismo deriva nunha uniformización do temario; é dicir, os mesmos temas en todos os medios, tan só con variedade de enfoque. Nunha segunda lectura, isto quere dicir que se produce unha pluralidade ficticia se os medios constrúen a súa realidade maioritariamente a partir de fontes informativas dinámicas, activas, preocupadas por estaren no temario. Nese momento, gabinetes e medios, fontes e periodistas comparten protagonismo na construción da realidade. Coa *rutinización*, o periodista pasa a segundo plano e é a fonte a que delimita o marco con que construír a imaxe do real.

Cando así acontece, o medio queda como simple soporte da transmisión; e o xornalista convértese nun ser invisíbel que delega a súa tarefa de recoller e seleccionar e que fai do periodismo un cometido ficticio.

Situacións coma a descrita non son exclusivas dos medios galegos, pero tampouco son, afortunadamente, o único elemento para describir como funcionan as 11 cabeceiras de prensa diaria que se editan en Galicia nun total de 68 publicacións periódicas (máis 15 de prensa comarcal e 3 de prensa gratuíta) segundo o censo elaborado por un equipo da USC -do que formei parte- para o CPXG (Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia). No panorama mediático hai, amais, 3 grandes axencias de información, 10 delegacións de medios estatais, 44 medios electrónicos (algúns deles só son a versión na Rede do que se publica en papel), 91 emisoras de radio, 50 televisións, 88 axencias de comunicación (case todas tamén de publicidade) e algo máis de medio cento de produtoras.

Non vou incidir na armazón mediática porque xa vén de ser abordada esta mañá. Só destacaría a coincidencia desa dobre tendencia das empresas de globalizaren soportes para se converter en multimedia e á vez priorizar o local nunha estratexia de proximidade na que ás veces se sobredimensiona o tempo e o espazo dedicado a esa iniciativa sen o reforzamento dos cadros de persoal. Isto pode conducir -de feito nalgúns casos así acontece- a un aumento das funcións do xornalista e á redución ou desaparición da rede de escenarios como fonte de acontecementos, cunha maior

dependencia da rolda diaria e dos outros medios, o que aumenta a dependencia dos actos promovidos e protagonizados pola fonte e o que institucionaliza o discurso. Os protagonistas deixan de ser os cidadáns -como se pretendía- e repítese o esquema de priorizar as institucións como eixes vertebradores do discurso informativo.

O argumento é achegarlle á audiencia os acontecementos dos que é protagonista. En realidade, a súa presenza no temario redúcese case exclusivamente ás páxinas de sucesos. A audiencia galega está desprotexida, sen máis canles de participación ca as cartas ao director ou iniciativas illadas, coma a de *La Voz* de nomear un *Amigo del lector*, pero sen instancias a que recorrer cando considera lesionado algún dos seus dereitos, como son o de estar informada e o de recibir información veraz.

É, a galega, unha audiencia que se decanta preferencialmente pola televisión. O consumo de *televisión* en Galicia enmárcase na liña dominante en toda España, que amosa un lixeiro descenso nos últimos anos, dentro dunha tendencia alcista na década dos 90. Segundo os datos do *Informe Anual da Comunicación 2000-2001*, os galegos dedicáronlle a ver televisión 194 minutos ao día no ano 2000, dous menos ca no 99. O 87,1% dos galegos é telespectador.

Galicia ocupa o posto número 15 na lista de sintonía de radio por comunidades autónomas, cun 48,5% de poboación que escoita algunha emisora². Hai, non obstante, un desequilibrio territorial. Contra o que ocorre noutros soportes, agás na televisión, neste caso aparece Ourense como a provincia galega onde máis poboación conecta a radio (57,7%), o que a coloca no posto 7 entre todas as provincias do Estado.

Diariamente os galegos dedícanlle 73 minutos como media a escoitar a radio, segundo o acumulado do EGM (Estudio General de Medios) en 2000. Galicia é, desta forma, a Comunidade Autónoma do Estado coa cifra máis baixa. No outro extremo da táboa está Asturias, onde máis se sintoniza, con 121 minutos ao día.

2. Só quedan por baixo Estremadura (46,8%) e Castela-A Mancha (43,7%). A maior porcentaxe dáse en Asturias (62,1%) e no País Vasco (61,1%).

Os ouvintes galegos de radio decántanse máis pola fórmula convencional (31,6% da poboación) ca pola radiofórmula (19,5%), unha tendencia que se dá en todo o Estado.

A difusión global de *prensa* en Galicia acada un índice de 107,3 sobre mil, o que a sitúa por riba da media española (104,7) e por diante de países da UE como Italia (103,6), Portugal (69,5) e Grecia (63,9) pero moi lonxe aínda dos países europeos coas cifras máis elevadas, como son Finlandia (450,3) e Suecia (417,6). Diferenciando a difusión por cada mil habitantes en cada autonomía, Galicia recupera posicións e sitúase no posto 9, despois de Navarra, do País Vasco, das Baleares, de Cantabria, de Madrid, de Asturias, de Cataluña e da Rioxa.

Por número de cabeceiras, Galicia ten tamén unha situación particular no conxunto do Estado con un dos maiores cómputos de xornais por número de habitantes. A poboación maior de 14 anos que é lectora de prensa diaria estímase nun 37,6%. Galicia é a número 11, lonxe de Navarra, que encabeza a lista co 60,2%, e moi por riba de Castela-A Mancha, que a pecha co 19,6%. Computando só aos maiores de 14 anos, os índices galegos soben até o 101,29 para a prensa de información xeral e o 122,59 como índice referencial de todas as cabeceiras. *La Voz de Galicia* é, con diferenza, o xornal con máis audiencia e con máis difusión³, seguido do *Faro de Vigo* e o xornal deportivo *Marca*⁴.

Cada provincia galega ten unha cabeceira referencial como líder en difusión⁵. Na Coruña domina *La Voz de Galicia* seguida de *El Correo Gallego*. En Lugo fano *El Progreso* e *La Voz* (8.642). En Ourense, primeiro está *La Región* e despois *La Voz*. En Pontevedra, o *Faro de Vigo* e *La Voz*. A prensa deportiva, con máis de 40.000 exemplares, é un sector en auge, seguida moi de lonxe pola pren-

3. A terceira vaga do Estudio General de Medios en 2001 dáalle a *La Voz* 482.000 lectores, ao *Faro de Vigo* 232.000, a *La Región* 94.000, a *El Correo Gallego* 81.000 e a *El Progreso* 59.000. Como se trata dun estudo en que a mostra total se divide en tres vagas, optouse por manter as referencias dos acumulados anuais para evitar unha interpretación parcial dos datos.

4. Datos tirados de *Xornalismo en Internet* (2002), Consello da Cultura Galega.

5. Datos de OJD, en Díaz Nosty: 2001, páxinas 104 e 105.

sa económica. En canto aos diarios que se editan en Madrid, o máis lido é *El País*, seguido de *El Mundo* e do *ABC*.

O uso da *Internet* aumenta en Galicia ano a ano, pero a un ritmo máis lento ca noutras comunidades do Estado, de tal forma que o 1,6% da poboación que accedía habitualmente á Rede no 97 situaba a Galicia no posto 14 entre as autonomías españolas e o 8,2% de 2000 relégana ao 16, o penúltimo posto⁶.

E os xornalistas? Quen son? Cantos son? Como ven eles o xornalismo en que participan?

En Galicia hai case 2.000 persoas que habitualmente se dedican a elaborar información, independentemente do medio e do soporte en que traballen, das que están en activo algo máis de 1.500, segundo os datos do censo elaborado para o Consello da Cultura Galega. Delas, pertencen ao Colexio Profesional 1.082 periodistas, segundo os datos do día de onte.

Aínda que se observa un constante incremento de mulleres nas redaccións, o xornalismo en Galicia segue a ser unha profesión maioritariamente de homes, nunha proporción de 2 a 1, agás entre os profesionais menores de 30 anos, colectivo en que se inverte a proporción e hai dúas mulleres por cada home.

A investigación desenvolvida a través de 300 entrevistas e publicada en 2000 reflicte que o xornalista galego tipo exerce maioritariamente na prensa, en Santiago, con contrato fixo a xornada completa como redactor e cunha antigüidade inferior aos tres anos. Traballa de 23 a 26 días ao mes, 8,4 horas ao día, sen horarios fixos de entrada nin de saída, por un salario que está arredor dos 7 € (1.170 pesetas) á hora e que sobe até os 8 € (1.330 pesetas) para os homes e baixa até os 6 € (995 pesetas) para as mulleres.

Os datos serán pronto actualizados a través dunha nova enquisa realizada por encargo do CPXG, que vai ser publicada nas próximas semanas e na que se dan algunhas variacións cuantitativas aínda que se manteñen as tendencias dos datos con que aquí se tra-

6. As vagas parciais do EGM en 2001 reflicten un aumento de usuarios da *Internet*. Ofrécese, non obstante, os datos do acumulado anual dos que se dispón no momento de pechar esta investigación.

balla, que son os últimos publicados dos que se dispón, cun pequeno avance do que se vai editar.

Tanto os datos de 2002, coma os de 2000, coma os do 96, en que se iniciaron este tipo de investigacións que tiveron a sorte de dirixir, coinciden en sinalar que a maior preocupación dos xornalistas está na precariedade contractual e nas dificultades que encontran para o exercicio da profesión. É dicir, o descontento dun colectivo que maioritariamente se sente satisfeito coa súa profesión vén dado polas xornadas laborais, polo salario percibido e, tamén, polo clima en que desenvolve o seu labor, que se centra, principalmente, no grao de autonomía con que traballa.

Analicemos por separado estes aspectos.

O salario. A metade dos xornalistas galegos ten unha nómina que non supera os 1.200 euros, o que os sitúa por debaixo do salario medio en Galicia. *Case dous de cada dez (16%) cobran menos de 600 € mensuais, o que os deixa por debaixo da liña da pobreza*, aplicando os criterios da ONU nos seus estudos que fixan esa fronteira na metade do salario medio.

Están tamén por debaixo do estipulado no convenio marco da prensa diaria que, por primeira vez en España, se aprobou o 31 de xullo de 2001. Neste marco referencial divídese o labor dos medios en tres áreas de actividade:

- Técnica e de produción
- Informativa e de redacción
- Xestión

E créanse 7 grupos profesionais, dos que cinco coinciden co traballo dos periodistas: o 1, que inclúe os redactores xefe; o 2, xefes de sección; o 3, os redactores; o 4, axudantes de redacción; e o 5, auxiliares de redacción. Os ingresos anuais van desde os case 20.000 euros do primeiro grupo aos pouco máis de 11.000 do quinto. Dividindo entre 12 (aínda que se fixan 15 pagas) o salario anual referencial do convenio de prensa diaria para redactores, sae unha nómina media de 1.284,66 €, á que non chega o 54% dos periodistas galegos, segundo a enquisa publicada en 2000.

Salarios máis baixos e menos oferta de emprego. Aínda que en Galicia se dá a circunstancia dunha elevada concentración de empresas mediáticas. Poida que haxa máis postos, pero non nas mellores condicións.

A estimación, sobre o censo elaborado en 2000 para o Consello da Cultura Galega, dá unha porcentaxe do 30% de xornalistas aos que non foi posíbel atribuírlles unha ocupación concreta, polo que se pode considerar como estimativo da incidencia do paro no sector. As mesmas estimacións sobre os inscritos no Colexio de Xornalistas a finais de 2001 deixa a cifra arredor dun 17%. O paro nesa altura estaba en Galicia nun 12% (11,11% en setembro deste ano, os últimos datos de que se dispón). Nas oficinas do Servizo Galego de Colocación tiñanse rexistradas a principios de 2002 un total de 465 demandas de traballo de licenciados nas tres ramas das Ciencias da Información: Xornalismo, Comunicación Audiovisual e Publicidade e Relacións Públicas, dos que 300 eran de titulados en Periodismo.

A situación laboral dos periodistas galegos non é moi diferente da que se dá noutros territorios. Así se desprende das comparativas cos perfís resultantes de estudos similares desenvolvidos en Cataluña e Euskadi ou cos do traballo publicado polo Centro de Investigacións Sociolóxicas, todas elas de 2000, ás que se lles poden sumar os datos que se achegan desde Aragón, Estremadura ou Valencia, por exemplo, e que manteñen as tendencias xerais que aquí se ven.

Todos coinciden, tamén, en destacar a precariedade como preocupación fundamental. Nas enquisas e nos foros de discusión. Na III Convención de Xornalistas celebrada en Tarragona en maio deste ano aprobouse un documento en que se destaca que:

- Máis do 40% dos xornalistas teñen contrato temporal.
- Hai un espectacular incremento do número de bolseiros.
- Nos medios audiovisuais alternativos, máis da metade do cadro de persoal son colaboradores.
- Máis do 20% dos periodistas non chegan a cobrar os 2 millóns de pesetas ao ano (12.030 €).

- A preocupación polo número dos que mesmo perciben menos dun millón anual.
- E, en xeral, a crecente deterioración das condicións de traballo.

E que hai de cualitativo, de imposible de cuantificar, nesas condicións? O que os periodistas refiren como dificultades para exercer con liberdade ou con autonomía no traballo. Aínda que se defina a si mesma como profesión liberal, o xornalista non deixa de ser un traballador asalariado, un empregado dunha empresa que se ve sometido aos ritmos, aos ciclos e ao clima produtivo que a empresa determina.

O estudo do Colexio de Xornalistas que se publicará en breve desvela que os periodistas galegos que recoñecen que na súa empresa priman os criterios políticos ou os criterios económicos para seleccionar e xerarquizar as informacións *duplican* aos que din que ese proceso se fai aplicando criterios periodísticos.

Por iso se fai necesario profundar en saber o que pensan os xornalistas galegos do seu traballo.

Non hai unha voz unánime no colectivo, pero intentouse un achegamento a través de grupos de discusión con mostras elixidas por estratificación de soporte, idade e sexo para facer unha análise cualitativa que, á vez, incorporase a voz dos traballadores aos estudos sobre o sector. As impresións que aquí se recollen non son concluíntes, pero coido que axudan de bo grado a entender o que está pasando dentro das redaccións.

Non está de máis lembrar, antes de ler os resultados, que ao control de contidos non se chega só a través dunha indicación directa dos superiores. Dáse cando o xornalista ten interiorizada a dependencia ideolóxica ou económica do medio até o punto de que xa non se enfronta aos acontecementos cunha visión puramente profesional, senón pensando no que será noticia para a súa empresa; cando informa para as fontes ou para o lucimento ante os colegas; cando deixa de analizar a realidade e se limita a contar o que se programa para que informe; cando esquece que ninguén ten a obriga de ler, escoitar ou oír as noticias e que o interese está tanto,

ou máis, no que se decide que se vai contar coma en como se conta; cando se abandona no ciclo produtivo de fabricar noticias esquecendo que o servizo público da información que elabora vai máis aló do seu papel de asalariado dunha empresa pública ou privada que busca un balance anual de resultados satisfactorio...

Desta preocupación pola dependencia na elaboración das noticias é boa mostra a inclusión dos confidenciais nos enderezos da Internet dedicados a xornalistas.

Agás os que manteñen a estratexia de facerlles de altofalante a versións interpretativas de acontecementos que están no temario ou seren difusores dos que se silencian noutros soportes, os confidenciais conservan o carácter de información reservada ou privilexiada que busca vías de difusión alternativa para superar a acción de *gatekeepers* dos medios tradicionais. Só que esta vez convértense en posibilidades de consumo aberto para todos os usuarios da Rede.

Os confidencias son, segundo os xornalistas, unha "válvula de escape" á política informativa dos grandes medios e serven para poder falar do que se coñece nas redaccións pero non se fai chegar ao público como contidos informativos.

A precariedade salarial e a precariedade contractual están constantemente entre as principais preocupacións porque, en palabras dos periodistas, "converten o xornalista nunha especie de xoguete nas mans do redactor xefe", que pode manipulalo en función de obxectivos particulares e, mesmo, coartar a súa independencia e autonomía profesional. Nalgúns casos, déixase recaer sobre os profesionais máis novos o peso da responsabilidade desta situación, xa que chegan ás redaccións "sen espírito reivindicativo" e "dispostos a facer o que lles manden para seguir na empresa".

A interpretación das achegas dos grupos de discusión anima a aumentar esa responsabilidade ao conxunto do colectivo, sobre todo cando se reconece que as posibilidades de promoción na empresa non sempre se deben á valía persoal profesional, senón a levarse ben cos responsábeis da dirección. Amosarse crítico e independente reduce as posibilidades de promoción:

Se es excesivamente independente as túas posibilidades de éxito e promoción dentro deste mundo son máis limitadas que para os periodistas máis propensos a aceptar as directrices editoriais que impón o seu medio.

Se ti fas un pouco de autonomía, xa sabes o que che queda: o teu xefe relégate; nunca cubrirás noticias importantes.

Hai acordo en introducir un matiz en función da titularidade do medio: ás presións políticas na empresa pública súmanse-lles as presións económicas na privada. Outra idea importante é o feito de que esa presión para orientar contidos informativos exercecese máis facilmente sobre os contratados e, en xeral, sobre os que están nunha situación de maior inestabilidade laboral, de tal forma que "como se vai negar a algo alguén que non ten praza fixa?, como vai dicir que non se mañá lle din: non volvas?".

A responsabilidade do propio xornalista referénciase na súa actitude persoal ante a situación: acomodarse ou intentar cambiar as cousas. Para uns, "non é un problema de querer facelo, é un problema de poder facelo". Para outros, "non é culpa do xornalista porque non pode facer nada contra o sistema que está imposto".

No punto dedicado aos medios de que dispón o periodista para facer o seu traballo aparecen diverxencias. Para algúns, o único necesario para exercer a súa profesión é un teléfono e ir ao lugar dos feitos; para outros, os medios con que conta non son suficientes e ás veces teñen que poñelos eles mesmos. Todos coinciden, non obstante, en que este non é o aspecto da súa situación laboral que máis lles preocupa, aínda que afirmen que as empresas lle dedicaron un maior esforzo económico ao material técnico ca ao humano, o que deriva en que aínda se poidan atopar xornalistas que traballan "en correspondencias con medios precarios: un fax que non funciona, unha cámara inservíbel, ou poñendo el mesmo o material".

Cando se lles propón que definan se as noticias que se emiten ou publican serían as mesmas no caso de que puidesen exercer un xornalismo sen ningún condicionante, desbótase a idea por considerala "unha formulación utópica".

Os medios non poden facer o que lles pete; viven nun contexto económico, sociopolítico e con presións de todo tipo. Algúns contidos son consecuencia desas presións.

Nesta liña xorde a idea verbo da existencia de *autolimitación* de contidos, ou *autocensura*: o xornalista tende a comportarse moitas veces de acordo co que cre que agardan que faga.

En canto aos criterios polos que se deciden ou seleccionan as noticias que se emiten ou publican, acódeuse en primeiro lugar ao espazo e ao tempo como principal elemento limitador. Non obstante, acaba por asumirse que se traballa con criterios que se imponen desde a dirección, pero sen que exista "unha comunicación fluída" entre os cadros de mando e as redaccións. Apréciase unha tendencia a unha perda de diálogo para decidir sobre o que se emite ou publica e o que non. A dinámica xeral manifestada consiste en "seguir as decisións impostas desde arriba" sen que se permita a retroalimentación nesa toma de decisións.

Os criterios márcanse de arriba cara abaixo; o lóxico é que se lle consulte ao periodista, pero estanse a perder as formas profesionais.

Como profesión temos que ter claro que hai unhas xerarquías e as tomas de decisións están reguladas. Temos que aspirar a estar nesas xerarquías e tomas de decisión, porque senón estás postulando como unha absoluta entrega a quen toma as decisións.

Non todos os periodistas do grupo de discusión aceptaron que se estea a dar en todos os medios esa situación e algúns defenderon que hai o debate necesario entre os redactores e os seus xefes. Houbo acordo en indicar que os redactores especializados nalgunha área teñen máis autonomía ca os xornalistas xeneralistas. Pero tamén se coincide case plenamente en que non é necesario censurar os periodistas, xa que eles mesmos saben o que poden ou deben escribir.

Ti sabes como van os tiros e normalmente non me corrixen porque sei exactamente o que hai que poñer.

...hai algúns aos que non lles fai falta que os censuren nin autocensurarse. Téñenos que controlar para que non se vaian máis aló. Hai tanto afán de agradar e quedar ben co poder, que se pasan...

E como saír da fochanca?

Entre as solucións que se achegan para intentar contrarrestar esta situación aparecen non asinar os traballos, propiciar o debate acudindo a argumentacións periodísticas e acabar coa precariedade para que os traballadores non se sintan intimidados polos superiores.

En canto ao peso dos actos programados nos temarios, os xornalistas cren que se fai pouca interpretación porque o papel do periodista adoita limitarse a transcribir as declaracións sen afondar no seu significado.

Hai obsesión nalgún medio por cubrir todas as roldas de prensa que hai e descoidan os temas propios...

Esa pasividade puidera ser debida ao elevado número de convocatorias de roldas de prensa cada día, o que fai que non se poidan preparar adecuadamente e inclinen o traballo de xornalista cara a un labor de cantidade e non de calidade. Hainos que opinan, non obstante, que un periodista ten que levar sempre preguntas preparadas, aínda que dispoña de pouco tempo, "porque para iso é un profesional".

Desde unha postura de autocrítica, o máis preocupante -ao meu ver- dos grupos de discusión é que a propia conversa dos profesionais deriva cara a un recoñecemento de que o seu traballo como colectivo non se traduce en tempos ou espazos informativos nos que se recolla adecuadamente a realidade que eles mesmos narran e reconstrúen.

Unha das maiores unanimidades nas respostas deuse ao preguntar se os titulares do día reflicten a realidade. Os periodistas contestan categoricamente que non e aseguran que esta situación "é frustrante". A opinión xeral de grupo é que non existe o con-

traste que debería, xa que a maioría do periodismo actual se fai a través de gabinetes ou de actos programados para seren noticia sen que se recorra a lles consultar ás fontes antagonistas no caso que se informa, ás que, non obstante, se lles reconece que "son as que lle achegan a obxectividade á noticia".

Cando se lles consulta aos profesionais cales serían as medidas que mellorarían a súa situación laboral como periodistas, as respostas remiten moitas veces a tópicos que abarcan desde a actitude persoal aos plans de formación das Facultades de Ciencias da Comunicación e ás actitudes empresariais. Reclámase menos dependencia de criterios alleos ao xornalismo pero, por enriba de todo, pídesse un marco regulamentario que garanta que o periodista teña unhas condicións laborais que lle permitan exercer a súa profesión con criterios xornalísticos.

Entre estas propostas, os puntos de consenso nos grupos de discusión foron os seguintes:

- Non traballar por debaixo dun determinado salario porque a precariedade leva consigo unha deterioración da ética profesional.
- Formación continuada, tanto a nivel académico coma ético.
- Incidir na profesionalidade das redaccións e esixir maior dignidade persoal e profesional.
- Liberdade de traballo e mellora no equipamento.
- Incluír a materia de Ética na Facultade de Xornalismo.
- Conseguir unha regulamentación legal que permita perseguir penalmente os "delinquentes" da profesión, que son aqueles que non respectan as normas deontolóxicas e que fan un xornalismo que "supón un desprestixio colectivo para toda a profesión".

Se eles o din, se eles o piden, pouco máis hai que dicir.

AS TELEVISIÓNS LOCAIS EN GALICIA: CARA Á PROFESIONALIZACIÓN

Xosé López García, Silvia López Ben e Berta García Orosa
Consello da Cultura Galega

INTRODUCCIÓN

Os datos presentados nesta comunicación son froito dunha investigación máis ampla realizada dende o Arquivo de Comunicación do Consello da Cultura Galega. O estudo, aínda aberto, pretende debuxar un mapa dos medios de comunicación galegos a través da recollida de datos mediante enquisas, a súa catalogación e a súa posterior análise. O proxecto comezou en novembro de 2000 coa elaboración da base de datos de medios impresos, que precedeu á de medios audiovisuais e que terá continuidade no futuro coa de medios electrónicos.

METODOLOXÍA

A primeira fase do estudo consistiu na elaboración dunha base de datos de medios impresos a partir de diferentes técnicas de recollida de datos e fontes de información (bibliotecas, depósito legal, enquisa, bases de datos na rede...). Tras a conclusión desta primeira parte da investigación, os membros do Arquivo iniciamos a realización dun rexistro e catalogación dos medios audiovisuais que funcionan actualmente en Galicia. O primeiro paso foi elaborar un censo que incluíse todos os medios audiovisuais con sede en Galicia. A continuación, construímos un cuestionario axustado ás características específicas dos soportes audiovisuais¹ -radio e televisión-. Neste caso, ademais dos datos xerais solicitados a todos os medios (endereço, nome...) e sobre os traballadores, interesábanos coñecer as características da súa programación, equipamentos e estrutura empresarial².

1. Incluído no anexo 1 deste relatório.

2. Nesta comunicación unicamente nos referiremos ás televisións locais por considerar que conforman unha boa plataforma de estudo de cara á profesionalización da comunicación local, eido fundamental no futuro do xornalismo dunha comunidade como a galega.

O cuestionario enviúselles a un total de 139 radios e televisións, das cales 59 eran delegacións de radios nacionais, 34 radios locais, 18 delegacións de televisións e 33 televisións locais. O primeiro contacto cos responsábeis das televisións locais realizouse por correo ordinario, pero obtívose un baixísimo índice de resposta (5,36%), o que nos obrigou a optar por novas vías de comunicación. Con reiteradas chamadas telefónicas e, nalgún caso, co reenvío da enquisa por correo electrónico, conseguimos incrementar a porcentaxe de resposta até un 11,5%.

Actualmente aínda estamos a recibir as contestacións a estes envíos ao mesmo tempo que imos introducindo os datos das empresas que nos remiten na base de datos creada para tal efecto.

No ámbito das televisións locais obtivemos un índice de resposta do 27,27%. Polo momento, responderon ao noso cuestionario: Localia Santiago, Localia Ferrol, Localia Pontevedra, Localia Coruña, Localia Vigo, Localia Telulugo, Televigo La 7, Radio Televisión Municipal de Pontearreas e As Mariñas TV.

PERFIL DO XORNALISTA

O traballador das televisións locais en Galicia adoita ser un profesional polivalente, non especializado, que, ademais das tarefas propias do redactor, debe desempeñar labores de produción, edición e mesmo de cámara. A escaseza de medios económicos e tamén a limitación do horario de programación destas canles desembocan en situacións laborais precarias, un pouco máis manifestas que no resto das empresas de comunicación.

A media de traballadores destas emisoras é de 15, dato que convén relativizar xa que está distorsionado polas cifras achegadas por dúas das televisións -Televigo La 7, Localia Santiago e Telulugo- con 34, 23 e 20 empregados respectivamente.

A maioría deles son redactores e cámaras, mentres que escasea o persoal técnico especializado como montadores -soamente o 0,6%-, técnicos de son -0,7%- e de iluminación -unicamente en dous casos-. As televisións locais contan cunha media de

sete redactores, seis cámaras, un administrativo, un comercial, un realizador e dous produtores.

A situación palíase puntualmente cos servizos de produtoras que desenvolven e venden o produto audiovisual pechado para a súa emisión por estas canles. Este dato contrasta coa porcentaxe de produción propia que afirman realizar (unha media dun 60%), segundo o *Censo de televisiones locais* editado pola Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación (AIMC) do Estudio General de Medios (EGM) en outubro de 2002. As emisoras do grupo Canal 47³ (Santiago, Ourense, Pontevedra e Vigo) e determinadas televisións municipais (Tele Miño, Televisión Municipal das Pontes e Canal 50 Televisión Local Guardesa) afirman realizar o cento por cento da súa programación, aínda que no caso do Grupo Canal 47 non existe unha programación específica para Galicia, senón que reemiten os contidos comúns das emisoras principais do grupo.

OUTROS ASPECTOS DAS TELEVISIÓNS LOCAIS

Non obstante, esta visión actual tan pesimista está enmarcada nas características xerais das televisións locais.

As tendencias rexistradas durante os últimos anos neste eido sinalan o cambio de propiedade -especialmente a concentración nun gran grupo de comunicación- e o descenso do número de emisoras activas. Actualmente existen 33 televisións de ámbito local, cinco menos que no 1995⁴ e catro menos que en 2001. Dende 1995 desapareceron Televisión de Tui, TeleValMiñor, Televisión de Monterroso, Lugovisión, Televisión de Melide e Onda Liña televisión. Un dos fitos relevantes neste período foi o incremento da presenza no mercado local de Galicia de Pretesa e a cons-

3. O Grupo Canal 47 está composto por 43 emisoras distribuídas por todo o territorio español. Ten a súa orixe na provincia de Sevilla, onde conta con seis canles. Os sinais de dúas destas canles son distribuídos vía satélite e son recollidos por 26 e 11 emisoras respectivamente que, pola súa vez, os reemiten na súa zona de cobertura. Algunhas destas televisións contan con programación exclusiva a determinadas horas do día e planéase que nun futuro todas conten cunha parte propia.

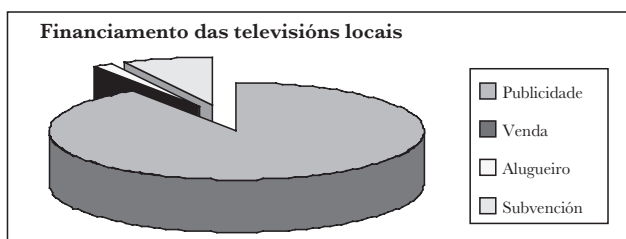
4. ROMÁN PORTAS, Mercedes, 1997.

titución de UTEGA⁵, á que pertencen actualmente Localia Pontevedra, Localia Compostela, Localia Ferrol, Localia Coruña e Localia Vigo. Todas elas teñen un convenio de colaboración con Pretesa, igual que Telelugo, propiedade de Blanca García Montenegro e José de Cora. Naceron Ourense Telemiño, Televinte Chantada, Ribeira Sacra e Canal Deza.

PROPIEDAD E FINANCIAMENTO

Destas canles, seis son de propiedade municipal (21,4%) e as restantes vinte e dúas de propiedade privada local ou pertencentes ao grupo Localia TV. Das nove emisoras das que obtivemos resposta ao noso cuestionario (un 28,5%), soamente unha delas é de propiedade pública, dúas de propiedade privada local e as outras seis pertencen ao grupo Localia.

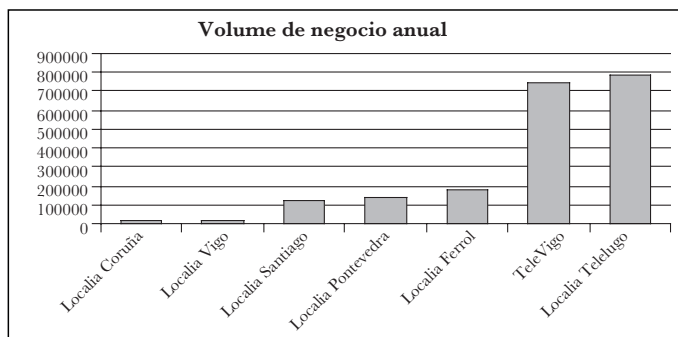
Na maioría dos casos as empresas de titularidade pública fináncianse nun 50% a través dos orzamentos municipais e nun 50% a través de publicidade. Pola contra, as de propiedade privada obteñen o 100% dos seus financiamentos a través da publicidade, mentres que unha porcentaxe ínfima se obtén a partir de alugueiro ou venda dos seus equipos ou produtos (1% en Televigo La 7 e un 10% en Telelugo).



Fonte: elaboración propia.

O volume medio de negocio anual ascende a 257.456 euros. Non obstante, se excluimos as dúas emisoras que destacan polo seu elevado orzamento -Televigo La 7 e Local Telelugo-, a media reduciríase a 87.784 euros.

5. UTEGA: SER 34%, Prisa 25%, Banco Pastor 11%, Augas de Coruña 5%, Europa TV 1,2%, Xavier Otero 3%, Prensa Ibérica 20% e La Opinión 5%.



Fonte: elaboración propia.

EQUIPAMENTOS E NOVAS TECNOLOXÍAS

En relación aos equipamentos, teñen unha media de 5,1 ordenadores, 3 cámaras, 0,5 equipos de son e 2,8 equipos de edición. Na maioría dos casos -4- alugan material de gravación ou de edición -mesmo contratan os servizos de produtoras que fan o traballo completo de cobertura de acontecementos- a cotío. Isto reafirma a hipótese da escaseza de medios materiais e humanos.

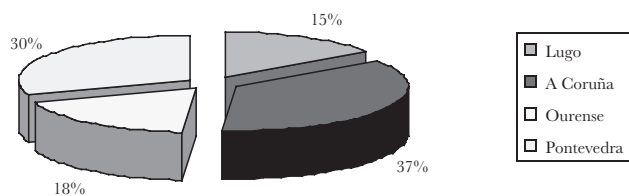
A introdución das novas tecnoloxías no eido da televisión local é puntual e desigual nas diferentes emisoras. Soamente once están presentes en Internet (un 33%), pero todas afirman empregar o correo electrónico como vía de contacto co exterior -afirmación comprobada pola súa elección deste medio como vía de contacto co Arquivo-.

LOCALIZACIÓN E ÁREA DE DIFUSIÓN

A maioría concéntrase nas provincias da Coruña e Pontevedra -37% na Coruña, 30% en Pontevedra, 10% en Lugo, 15% na provincia de Ourense-. As localidades máis importantes cuantitativamente -agás Santiago, Vigo e A Coruña que concentran as delegacións das principais cadeas- son Ourense (4) e Vigo (3), e numerosas cidades teñen dúas: A Coruña, Santiago, Pontevedra, Ferrol, Monforte.

Os concellos que posúen televisión local de seu son, na provincia da Coruña: Santiago, Ferrol, A Coruña, As Pontes, Cerceda e Ames. En Pontevedra: Pontevedra, Vigo, Pontearreas, Marín, A Guarda, Lalín e Ribadumia. En Ourense: Ourense, O Carballiño e Arnoia. En Lugo: Lugo, Monforte, Quiroga e Chantada. É rechamante o feito de que catro concellos con menos de 10.000 habitantes teñan televisión local (Arnoia, Cerceda, Quiroga e Chantada) e, no entanto, o 76,19% (32 de 42) concellos con poboación superior a esa cifra non a teñan.

Distribución das televisións locais por provincias



Fonte: elaboración propia.

Na distribución por cidades das emisoras locais, Ourense destaca como a que concentra maior número de televisións -un total de catro-, seguida de Vigo -con tres-, A Coruña, Santiago, Pontevedra e Ferrol -con dúas-. Pola contra, Lugo soamente ten na actualidade unha.



Fonte: elaboración propia.

Provincia da Coruña		Provincia de Pontevedra	
Televisión	Localidade	Televisión	Localidade
As Mariñas TV	A Coruña	Galivisión	A Guarda
Localia Coruña	A Coruña	Tele Baixo Miño	A Guarda
Telecoruña	A Coruña	Canal Deza TV	Lalín
Televisión Local de Ames	Ames	Galivisión Marín	Marín
TV6 As Pontes	As Pontes	RTV Municipal de Pontearreas	Pontearreas
RTV Cerceda	Cerceda	Localia Pontevedra	Pontevedra
Ferrol TV Canal 31	Ferrol	Canal47 Pontevedra	Pontevedra
Localia Ferrol	Ferrol	Televigo	Vigo
Telesalnés	Ribadumia	Localia Vigo	Vigo
Localia Santiago	Santiago	Local 47 Vigo	Vigo
Canal 47 Santiago	Santiago		

Provincia de Ourense		Provincia de Lugo	
Televisión	Localidade	Televisión	Localidade
TV Arnoia	Arnoia	Televinte	Chantada
Cablevisión	O Carballiño	Radio Televisión Quiroga	Quiroga
Bemposta TV	Ourense	Localia Telulugo	Lugo
Ribeira Sacra TV	Ourense	Terra de Lemos	Monforte
Telemiño	Ourense	TV7 Monforte	Monforte
Canal 47	Ourense		

Fonte: elaboración propia.

Canto á área de difusión, a maioría das televisións locais son de ámbito comarcal, seguidas das de ámbito municipal e de escasos exemplos de televisións que abranguen toda a provincia, coma no caso de Telulugo.

CONCLUSIÓNS

O panorama das televisións locais en Galicia, aínda incipiente, é indicativo de dúas tendencias: a fragilidade e inestabilidade das experiencias dos últimos anos e, asemade, a escaseza de medios humanos e técnicos para o desenvolvemento do traballo.

Dentro deste contexto, a figura do profesional do xornalismo debúxase como unha persoa polivalente que desenvolve todo o proceso de produción informativa e sen especialización técnica ou temática. As televisións locais conforman un dos arietes do futuro do sistema mediático galego, mais carecen na actualidade dos recursos necesarios para a elaboración de produción propia.

A situación dos profesionais enmárcase nun contexto heteroxéneo caracterizado polo alto índice de desaparición, cambio de titularidade e concentración de emisoras en grupos de comunicación. Cómpre prestarlle especial atención ao caso do grupo Pretesa -coa marca comercial Localia-, que estabeleceu convenio con varias emisoras de televisión local en toda a xeografía galega e axudou a consolidar as emisoras das principais cidades. Deste xeito, a experiencia da televisión local en Galicia é maioritariamente de capital privado (o 79%). Esta circunstancia provoca que a principal vía de financiamento sexa case exclusivamente a publicidade, agás unha pequena partida que provén do alugueiro de equipamentos e produtos.

As emisoras que emiten hoxe caracterízanse pola limitación da súa programación -normalmente emiten unha media de 3 ou 4 horas diarias- e pola escaseza de produción propia (ningunha ten ingresos por venda de produtos audiovisuais propios), que impide a creación dun mercado de produción local.

En definitiva, o mapa das televisións que se está a debuxar carece aínda da estabilidade necesaria para o desenvolvemento do audiovisual local en todas as súas facetas.

ANEXO 1: CUESTIONARIO RADIOS E TELEVISIÓNS LOCAIS

- 1.- Persoa de contacto: _____
- 2.- Nome da súa cadea/emisora (delegación): _____
- 3.- Audiencia diaria estimada: N.º de persoas _____ Share _____
- 4.- Ano de inicio da emisión _____
- 5.- Área de difusión. Por favor, indique concello, comarca, provincia, comunidade autónoma ou estado _____
- 6.- Empresa emisora ou propietaria: _____
- Director: _____
- Subdirector: _____
- Propietarios (Indíquese a %): _____
- 7.- Fórmulas de financiamento. Indique a resposta ou respostas posibles co % que lle corresponde
- Publicidade _____ Venda de produtos _____
- Alugueiro material a terceiros _____ Subvención _____
- 8.- Indique o volume de negocio no último exercicio: _____ €
- 9.- Indique, por favor, os seguintes datos do cadro de persoal do seu medio:

Ocupación	N.º persoas que se ocupan deste labor	N.º de materiais/equipos específicos de que dispón	Directivos	N.º
Redactor/ordenador			Director	
Cámara			Subdirector	
Montador/edición			Xerente	
Técnico de son/mesa			Consello de administración	
Tecn. iluminación/foco			Consello asesor	
Locutor/estudo			Propietario	
Administrativo				
Comercial				
Realizador				
Produtor				

N.º total de traballadores: _____

10.- Adoita alugar ou contratar equipos/persoas?

SI _____ NON _____

Indique que tipo de equipos/persoas aluga principalmente _____

11.- Posúen arquivo?

SI ___ NON ___

12.- Cal é o seu público obxectivo?

13.- Que obxectivos procura?

14.- Como definen a súa liña editorial?

15.- A súa empresa/institución/asociación realiza outras actividades?

SI ___ NON ___

Por favor, indique cales _____

16.- A súa emisora ten presenza en Internet?

SI ___ NON ___

Por favor, indique o enderezo URL http://_____

Por favor, indique o enderezo de correo electrónico _____

Audiencia da súa edición electrónica

N.º de visitas por día: _____

N.º de páxinas visitadas por día: _____

Cada canto tempo se actualizan os contidos da súa edición electrónica?

Engada, se cre conveniente, calquera comentario ou apreciación complementaria.

BIBLIOGRAFÍA

GRIAL. *O audiovisual galego*, Vigo, n.º 154 (abril-maio-xuño, 2002).

MARTÍNEZ HERMIDA, Marcelo: "A televisión local en Galicia, unha aproximación á comunidade de intereses e ás relacións medio-comunidade", en *Estudios de Comunicación*, n.º 0 (xuño 2001), pp. 169-178.

RODRÍGUEZ, Ana Isabel: *Os informativos nas televisións locais de Galicia*, Santiago de Compostela, 2001 (tese de doutoramento).
www.usc.es/xorna/oda/investigacions.htm

VILLANUEVA REY, Patricia: *Marcos e elementos para establecer as orixes das televisións locais en Galicia*, Traballo de investigación dirixido, presentado na Facultade de Ciencias da Comunicación de Santiago de Compostela, 2001.

ROMÁN PORTAS, Mercedes: "Televisións locais de Galicia", en *Estudios de Periodística*, n.º 5 (1997), pp. 71-85.

"TELEVISIÓN local" en *Imagen & Comunicación*, A Coruña, maio 2000.

PÁXINAS WEB

- www.tvlocal.com
- www.telelugo.tv
- www.inicia.es/de/tvlocales/galicia
- www.aimc.es

TV COLABORADORAS

1. Localia Santiago
2. Localia Ferrol
3. Localia Pontevedra
4. Localia Vigo
5. Localia Coruña
6. Localia Telelugo
7. Televigo La 7
8. As Mariñas TV

NOVAS PONTES DE COMUNICACIÓN QUE TENDER

Xosé Rúas
Universidade de Vigo

1 INTRODUCCIÓN: O ÁMBITO DE EXERCICIO

Pasaron quince anos dende aquel "1º Encontro de Jornalistas do Norte de Portugal e da Galiza", celebrado no Centro de Formación de Jornalistas, en Porto, en decembro de 1987. Naquela xuntanza participaron preto de setenta xornalistas galegos e portugueses que, durante dous días, analizaron e reflexionaron sobre as situacións entón vixentes entre ambos os países, no dominio dos respectivos ordenamentos xurídicos, e as condicións de traballo e emprego dos profesionais da información galaico-portugueses. Un encontro que tamén procurou afondar nas relacións e na solidariedade profesional entre os xornalistas galegos e portugueses.

E aínda que algunhas daquelas pretensións comúns aos xornalistas galegos e portugueses se cumpriron, como foi, no caso galego, a petición de constitución dun Colexio Profesional de Xornalistas, recentemente creado, varias das resolucións finais aprobadas nese encontro¹ están por acadar. Así acontece coa petición de sinatura dun convenio de amplo recoñecemento para os profesionais da información de ambos os países, co obxectivo do acceso destes ás fontes de información estatal e autonómica, da elaboración dun plan de bolsas de intercambio que posibilite as estancias dos xornalistas en medios de comunicación galegos e portugueses, ou mesmo a petición de cumprimento do dereito a non asinar ou impedir a publicación de textos "previamente mutilados ou outros que lle sejan atribuídos e que violenten os seus principios éticos e profesionais"².

1. "1 Encontro de Jornalistas do Norte de Portugal e da Galiza", en *Cadernos de Jornalismo*, n.º 5, xuño de 1988, Centro de Formación de Jornalistas, Porto.

2. Resolución 2 do "1 Encontro de Jornalistas do Norte de Portugal e da Galiza", *op. cit.*, pp. 57-58.

Pasados, tamén, trece anos en Portugal e dez en España do inicio dos respectivos procesos de democratización, os xornalistas galegos e portugueses preguntábanse, naquela primeira xuntanza de decembro de 1987, "qué sabemos nós dos xornalistas da Galiza e qué sabem eles de nós", e concluía un dos participantes³ que a lexislación portuguesa era entón moito máis avanzada que a española, os salarios dos xornalistas "relativamente máis elevados" en España que en Portugal, o nivel de sindicación "altísimo" en Portugal e "case cero" en Galicia e España, e, finalmente, a formación de base dos xornalistas era "superior" en España. Atopábanse entón "muitas coisas em común e muita distinção também" entre os xornalistas galegos e portugueses.

Tamén no mesmo encontro, outro dos participantes⁴ referíase á posíbel sensación de estranxeza, pola banda dos xornalistas portugueses, ante a falta de alusións á sindicación dos xornalistas galegos, lembrando a baixa afiliación sindical existente por aquel entón no exercicio da profesión en Galicia, e subliñando tres posíbeis razóns que o xustificaban: a gran cantidade de organizacións sindicais existentes, a concepción dos sindicatos do mundo da información como algo unitario e o tradicional individualismo dos profesionais.

Pois ben, quince anos despois daquel encontro, o certo é que Galicia achega máis elementos que facilitan a formación e profesionalización dos seus xornalistas, ao dispor dunha Facultade de Ciencias da Comunicación, en Santiago de Compostela, e unha Facultade de Ciencias Sociais e da Comunicación (este último engadido pendente da súa aprobación final pola Xunta de Galicia), no campus de Pontevedra, da Universidade de Vigo, que, dentro da súa titulación de Publicidade e Relacións Públicas, ofrece unha formación multidisciplinar nas súas áreas de "Comunicación Audiovisual e Publicidade" e "Xornalismo", válidas para o exercicio da comunicación, entendida esta nun senso amplo e integral, e que

3. Marcos, Luis Humberto: "Norte de Portugal e Galiza: a distancia de estar perto", *op. cit.*, p. 13.

4. Pérez Fernández, Luis: "Asociacionismo e colexiación profesional", *op. cit.*, p. 15.

está a incrementar o seu número de solicitudes de matrícula de alumnos procedentes do país veciño.

Tamén existe un Colexio Profesional de Xornalistas de Galicia, máis non un sindicato de xornalistas, unha posibilidade recentemente discutida nunha xuntanza do CPXG, pero que, até o de agora, segue a ter escasa relevancia dentro das distintas seccións dos tres sindicatos maioritarios en Galicia, quizais polo interese deles mesmos en obter un tratamento informativo favorábel.

Sobre as condicións laborais dos preto de dous mil xornalistas que habitualmente se dedican a elaborar información en Galicia, cómpre salientar que un de cada dous xornalistas galegos traballa en Santiago de Compostela, polo que calquera tendencia virá marcada por este feito, tendo en conta ademais que as cidades de Santiago, A Coruña e Vigo concentran oito de cada dez informadores galegos.

Concretamente, na última enquisa realizada ao respecto⁵, amósase que dos trescentos xornalistas galegos entrevistados, corenta e un traballaban na televisión en Santiago de Compostela e trinta e nove en prensa na cidade da Coruña. Ou para entendérmolos: que máis da cuarta parte da mostra utilizada para este estudo dependía da situación laboral descrita polos traballadores da CRTVG e de *La Voz de Galicia*. De aí a indicación dos responsábeis da enquisa de que a mostra reproducía de xeito proporcional o que acontecía na poboación estudada. Unha mostra onde, en resúmidas contas, o 60 por cento dos enquisados (180 suxeitos) traballaban nunha única provincia: A Coruña.

Pero, cuestións metodolóxicas á parte, o certo é que o informe concluía que só un 58 por cento dos enquisados estaba contratado como fixo e, do 42 por cento de xornalistas restantes, un 32,7 por cento estaban contratados de forma temporal e un 9,3 por cento aseguraba non ter contrato. Datos aos que tamén habería que engadirlle o feito de que a media se situaba nunha xornada

5. Tüñez, Miguel e López, Xosé (coord.): *Condicións laborais e actitudes profesionais nos medios de comunicación*, Consello da Cultura Galega, Santiago de Compostela, 2000.

laboral de 8,4 horas diarias de traballo e 23 días traballados no mes, cun salario que non superaba os novecentos euros brutos.

Ademais, seis de cada dez xornalistas galegos enquisados declaraban non ter hora de entrada e saída, entre eles, os contratados a través de empresas de traballo temporal, con contratos artísticos, por obra ou de prácticas.

En consecuencia, a cualificación que os xornalistas enquisados entendían como máis axeitada para describir a súa situación era a de "precariedade", cun nivel de satisfacción coa paga recibida que en xeral era baixo, menos de cinco puntos nunha escala de 1 a 10.

O exercicio dunha profesión que, á marxe das posíbeis gratificacións persoais, non compensa en calidade de vida, algo que quizais tamén teña o seu reflexo no feito de que a media de idade dos xornalistas que traballan en Galicia é de trinta e dous anos. Rapaces novos que enchen as facultades e demandan emprego nos medios de comunicación galegos mentres os de máis idade contemplan, probablemente (falamos polo tanto dunha suposición, a falta de datos que o corroboren), o cambio ou abandono da profesión coma un camiño cara á súa estabilidade laboral e mesmo emocional.

Cantos dos profesionais da información galegos non pensaron ou seguen a pensar en cambiar de choio ou vivir cando menos ao amparo dun bo gabinete de prensa? Constitúe, polo tanto, todo o reflectido anteriormente un sobrado motivo para isto?

Pode que esteamos ante a pregunta do millón, á que dalgún xeito, antes ou despois, haberá que darlle resposta, para descubrir se aínda perdura aquela imaxe, tantas veces descrita na literatura e levada ao cine, de xornalistas bohemios cun mísero soldo que remataban as súas xornadas na barra dun bar.

No caso español, algunha das análises feitas até o de agora tamén coinciden en sinalar que o xornalismo é unha profesión que absorbe gran parte do tempo e da vida dos seus protagonistas, facendo do tempo unha categoría continua e fragmentaria. Continua porque o tempo do xornalista acaba sendo un só -o do seu oficio- e fragmentaria porque ese tempo experimentase ligado ao instante, á continxencia do presente dunha profesión difícil de

exercer dentro dun marco de horarios definidos⁶. Unha profesión voraz que lles esixe ás súas vítimas que poñan toda a súa enerxía á súa disposición e que atrapa á persoa na súa totalidade⁷.

Mais os xornalistas galegos están sometidos á presión engadida dunha competencia entre medios alentada, ao meu entender, pola existencia de demasiadas cabeceiras na nosa comunidade autónoma para tan poucos lectores⁸, o que fai da subvención unha verdadeira cultura empresarial, ante unha situación da empresa familiar de prensa en Galicia que pon en evidencia "a importancia das relacións familiares e as súas distintas vinculacións de unión por riba da propia actividade económica e industrial", configurando "un cadro económico, laboral e psicolóxico moito máis complexo e difícil de xestionar e liderar a través das distintas ramas xeracionais"⁹.

De feito, cantas foron as empresas xornalísticas familiares galegas que non sufriron unha forte crise na súa terceira ou sucesivas xeracións, superándoa, nalgúns casos, mediante a aceptación de capital foráneo no seu accionariado?¹⁰.

E o actual panorama amosou, até o de agora, a incapacidade do sistema de medios impresos en Galicia de ofrecer modelos alternativos, fracasando os actores sociais que tentaron promover unha vía diferente. A razón? Algunhas das explicacións máis recentes¹¹ sinalan a busca de resultados a curto prazo, esquecendo as estratexias a medio e longo prazo, e a falta de medidas significati-

6. Ortega, Félix e Humanes, Luisa: *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*, Ariel, Barcelona, 2000.

7. Coser, L.A.: *Las instituciones voraces*, FCE, México, 1978.

8. Sobre o relativo peso da publicidade en Galicia xa existe algunha análise: Pena, Alberto e Fandiño, Xaime: "A publicidade", en *A comunicación en Galicia 2002*, Consello da Cultura Galega, Santiago de Compostela, 2002.

9. Campos, Francisco: "O novo mapa dos grupos de comunicación no século XXI", en *A comunicación en Galicia 2002*, Consello da Cultura Galega, Santiago de Compostela, 2002, pp. 29-30.

10. Caso, por exemplo, de *Faro de Vigo*, que rematou coa venda ao grupo Moll, de Prensa Ibérica.

11. López, Xosé: "A prensa ensaia cambios nos contidos e novas estratexias para evitar a perda de lectores", en *A comunicación en Galicia 2002*, Consello da Cultura Galega, Santiago de Compostela, 2002, p. 49.

vas de reestruturación industrial para cambiar o modelo xornalístico dos produtos ou para buscar novos públicos.

Neste senso, aínda está por ver o resultado da alianza entre os grupos editores de *El Correo Gallego* e *El Mundo* ou da merca de dúas cabeceiras portuguesas por *Faro de Vigo*.

En todo caso, ao fío deste último exemplo "transfronteirizo" (as aspas non son gratuítas, pois a comunicación en si mesma é, por vocación, transfronteiriza e tendencialmente universal¹²), cómpre salientar que, á parte das múltiples achegas feitas nos últimos anos no estudo da comunicación galaico-portuguesa¹³, tan só se amosou a existencia dun sostido fluxo comunicacional entre Galicia e Portugal no eido audiovisual, froito da colaboración entre a RTP e a TVG na coprodución de programas e algún filme e dos intereses da galega por engadir recursos tecnolóxicos e humanos para a mellor cobertura do espazo portugués¹⁴.

Mais entre a prensa española e portuguesa existen diferenzas tanto de dimensión coma de influencia, debido ao mercado localismo da segunda, que se pode comprobar no feito de que o xornal portugués máis vendido, o *Journal de Notícias*, teña unha tiraxe inferior á dos líderes da prensa rexional española.

E se facemos a comparación entre a prensa galega e portuguesa, atoparémonos con que na súa tiraxe, circulación, vendas e índice de lectura, a primeira sitúase por riba da segunda, tendo ademais en conta que, no caso portugués, a periodicidade tamén é distinta, ao estar presidida por un gran número de publicacións semanais (máis dun centenar de publicacións dende Porto até

12. Unha reflexión a este respecto pódese atopar en Fernández Areal, Manuel: "Que se entende por comunicación transfronteiriza?", en López Mira, Álvaro Xosé (dir.), *Galicia e Portugal: A fronteira esvaída*, Deputación Provincial de Ourense, 2002.

13. Incluindo as realizadas dende Portugal, coma é o caso de Aróns de Carvalho, Alberto: "A comunicación social portuguesa na esfera transfronteiriza", en *A comunicación social transfronteiriza, II Seminario Europeo de Comunicación Social*, Pontevedra, 2000.

14. Sobre as distintas iniciativas e proxectos comúns da TVG no país veciño pódese ver Campos, Francisco: "Un espazo transfronteirizo de comunicación entre Galicia e o Norte de Portugal", en *Galicia e Portugal: A fronteira esvaída*, op. cit., p. 193 e ss.

Valença) que enchen os quioscos da Região Norte, sen contar cos boletíns editados polas numerosas Cármaras Municipais existentes no norte de Portugal.

2 ALGUNHAS ACHEGAS A UNHA REALIDADE
COMPARTIDA NO SUR DE GALICIA

a) Chaves, Valença e a sección "Actualidade Portuguesa" en *La Región* e *Atlántico Diario*

Tanto *La Región*, o xornal de Ourense, como *Atlántico Diario*, en Vigo, amosan nas súas páxinas unha realidade compartida, o primeiro entre a localidade ourensá de Verín e a portuguesa de Chaves, a través da localidade de Feces, e o segundo entre Valença e Tui.

Ademais, ambos os xornais comparten, dende o pasado 14 de abril do presente ano, a publicación dunha sección común denominada "Actualidade Portuguesa", asinada polo xornalista Rodrigo Varela que, cada domingo, fai un repaso semanal pola actualidade máis salientábel do país veciño, non só das localidades referidas, senón de calquera aspecto referido a Portugal susceptíbel de acadar o interese dos lectores do sur de Galicia.

Esta iniciativa xurdiu, segundo Alfonso Sánchez Izquierdo¹⁵, como resposta á seguinte pregunta: "Como é posíbel -comentaba o responsábel de ambos os xornais- que a prensa do sur de Galicia non lle prestase a menor atención a unha realidade que está a cincuenta quilómetros de nós e en cambio para saber qué pasa preto de nós teñamos que informarnos pola prensa de Madrid, a cincocentos quilómetros de distancia?". "É necesario curtocircuitar esa resignación", concluíu o responsábel de ambos os xornais.

Mesmo nun plano estritamente político (por non falar do económico, social e cultural), ambos os medios de comunicación tiñan moi presente, por exemplo, que aos alcaldes de Chaves e Valença estaban sumamente interesados polo labor dos seus homólogos de Verín e Tui, e viceversa. Iso sen ter en conta, baixo unha perspectiva máis ampla, que parte dos ministros dos sucesivos

15. Declaracións do director de *La Región* e conselleiro-delegado de *Atlántico Diario*.

governos portugueses son do norte do país, co cal o seu interese político aínda é maior para os medios galegos.

Neste senso, dende os seus inicios como sección fixa común para os dous xornais, con "Actualidade Portuguesa" Rodrigo Varela foi debullando pequenos resumos semanais de actualidade, mostrados de forma temática ou por datas, así como temas monográficos de interese, publicados en forma de comentario.

Deste xeito, incluso con motivo da derrota da selección nacional portuguesa fronte á de USA no recente Mundial de Fútbol de Corea, o cronista comentou¹⁶ que "el Mundial abate a Portugal (...) hasta el presidente de la República, Jorge Sampaio, tuvo que intervenir para calmar tanta desolación en el país vecino". Rodrigo Varela mesmo reproduciu un comentario do correspondente portugués do diario *Público* en Corea, facendo a seguinte comparación: "um gato, quando é enganado por um rato, não se põe com subterfugios; ergue-se, levanta a cabeça e prepara umha nova ofensiva. Mas um gato é um gato e un rato é um rato", remataba, intercalando declaracións literais en portugués co castelán empregado nas súas crónicas.

Pero o xornalista galego tamén fai referencia nas súas crónicas a aspectos tan distintos como a celebración da II Feira Internacional da Cereja¹⁷ e congresos gastronómicos como o da localidade portuguesa de Fafe¹⁸, unha vila situada nas inmediacións de Guimarães, localidade da que ademais fala nunha reportaxe¹⁹, para informar aos lectores que "nos enteramos de que una cosa es la ZTG (Zona de Turismo de Guimarães) y otra la RTVM (Região de Turismo do Verde Minho) y mientras la segunda pretende englobar a la primeira, en Guimarães no están mucho por la labor".

Rodrigo Varela dedícalle, así mesmo, especial atención na súa sección ao desenvolvemento da actividade empresarial e á súa presenza en ambos os países, facéndose eco, en ocasións, de noti-

16. *La Región*, 9 de xuño do 2002, p. 36.

17. *La Región*, 1 de xullo do 2002, p. 34.

18. *La Región*, 26 de xuño do 2002, p. 32.

19. "Guimarães: ciudad de la Humanidad", publicado en *La Región*, 9 de xuño, p. 36.

cias publicadas nos xornais portugueses, como ocorre cunha publicada no *Diário de Notícias*, aludindo ao incremento da presenza hoteleira de empresas españolas en Portugal²⁰.

Á parte de aspectos de interese nacional, rexional ou local, *La Región* e *Atlántico* tamén reproducen nesta sección, con periódica frecuencia, informacións de interese común para Galicia e Portugal, sobre todo en aspectos relacionados co transporte e as comunicacións.

Así acontece, por exemplo, cunha crónica desta sección dominical referida á "torre Eiffel tombada", en alusión á ponte de ferro que comunica a vella fronteira de Tui con Portugal, para indicar que "gobernantes de España y Portugal no pensaban que el viejo puente quedaría obsoleto"²¹, e tamén se fai eco dunhas declaracións do secretario de Estado para Obras Públicas de Portugal, Vieira de Castro, indicando que "queremos máis estradas", para falar das comunicacións entre os dous países a través da autoestrada A-3, que une Porto con Valença; ou para referirse a un tema de moita actualidade e interese para Galicia e Portugal, como son as conexións por ferrocarril, nas que Rodrigo Varela xoga coas distincións entre Alta Velocidade e Velocidade Alta, ás que tan acostumbrados estamos na Galicia do "tren bala" do presidente da Xunta, Manuel Fraga, para indicar, non sen certa ironía, que "aquí (en Portugal) se conforman con hablar de trenes de gran velocidad".

A mesma ironía que o cronista emprega noutra crónica²² indicando que "la sociedad lusa desconfía de la ejecución de las obras del AVE que unirá Porto con Vigo": "El caso es que el tren salga de la estación" foi o título escollido neste caso polo cronista, tomando como referencia unhas declaracións da ministra portuguesa de Finanzas, Manuela Ferreira Leite, sobre a mala situación económica que está a atravesar o país veciño, para indicar que en Portugal "no quieren que el TAV llegue a Vigo antes de que salga de Porto", pois "en España ya corre antes de ser construido". "Lo

20. *La Región*, 7 de xullo do 2002, p. 38.

21. *La Región*, 23 de xuño do 2002, p. 34.

22. *La Región*, 14 de abril do 2002, p. 35.

que quieren los portugueses es que (el tren) salga algún día", concluía a crónica.

Ambos os xornais galegos tamén fixeron referencia nas súas páxinas, neste mesmo senso, a declaracións realizadas, por exemplo, polo ministro de Obras Públicas de Portugal, Valente de Oliveira, reiterando o seu apoio á mellora das comunicacións por vía férrea entre Galicia e o Norte de Portugal mediante un tren capaz de percorrer douscentos quilómetros en menos de tres cuartos de hora²³.

Mesmo acontecementos recentes, como foi o regreso ás aulas dos alumnos, foron aproveitados polo cronista para comparar os tres mil alumnos menos cos que se iniciou o presente curso escolar en Galicia, fronte aos vinte mil que en Portugal "desapareceron" das aulas en tan só tres anos²⁴.

Á parte de todas as referencias xornalísticas contidas nesta sección específica dentro de ambos os diarios do sur de Galicia, tamén están as informacións que diariamente achegan os distintos correspondentes de *La Región* e *Atlántico* en Verín, Xinzo, Celanova, pola beira española, e Chaves e Valença, pola banda de Portugal.

Concretamente, destacan, no último ano, as diversas informacións referidas á convocatoria de eleccións municipais en Portugal²⁵, subliñando, xa en portada, que "La raia dio la espalda al socialismo luso y contribuyó a la caída de Antonio Guterres", e engade, na noticia desenvolvida no interior do xornal, que o Partido Socialista "perdió enclaves emblemáticos" do Norte de Portugal.

Con respecto á localidade portuguesa de Valença, son habituais as informacións referidas aos atascos provocados os días festivos en Portugal ou Galicia, nos accesos de entrada e saída, e que

23. Este tipo de declaracións relacionadas con obras de infraestruturas ou proxectos comúns doutra índole tamén son moi habituais en ambos os xornais, referidas ao Eixo Atlántico, tendo ademais en conta, dende o punto de vista informativo, que a presidencia temporal deste organismo tamén lles corresponde aos rexedores de Ourense e Vigo, dado o seu carácter rotatorio.

24. *La Región*, 15 de setembro do 2002, p. 30.

25. *La Región*, 18 de decembro do 2001, portada.

reflicten o gran dinamismo comercial existente entre as localidades transfronteirizas, e mesmo entre Porto e Vigo.

Neste senso, tamén son moi frecuentes tanto en *La Región* como *Atlántico* as informacións referidas ás feiras e mercados, e incluso sobre a "afección dos portugueses a saír de compras" e "pasar o día fora", facendo referencia, por exemplo, ao mercadiño de "velharias", en Valença, "por donde vigueses, ourensanos y portugueses confraternizan"²⁶.

Pero tamén as noticias en portada do país veciño mereceron algunha portada do xornal *La Región* no presente ano, como foi o caso, por exemplo, do suceso dunha "disputa a tiros en el centro de Chaves por la tutela de un niño"²⁷.

Con respecto á localidade de Chaves, son frecuentes as informacións que fan referencia ás feiras de mostras e exposicións, como a "Feira de mostras de actividades empresarias" (Expoflavia)²⁸, ou as noticias sobre as sucesivas edicións das mostras de produtos locais do Alto Tâmega, que na súa edición do pasado ano reuniu a máis dun centenar de expositores portugueses e galegos²⁹. Noticias, moitas delas, que pola súa periodicidade, volume e intereses comercial ou empresarial foron incluídas dentro de suplementos especiais dos dous xornais galegos.

Unha actividade empresarial que nunca pasa desapercibida nas dúas beiras da "raia", tanto se se trata de falar de macroproxectos comúns, como o frecuentemente aludido Centro Tecnolóxico Europeo do Automóbil, como da noticia do parque empresarial de catro mil metros cadrados que Chaves planificaba construír a tan só seis quilómetros da fronteira con Verín, en Outeiro Seco³⁰. Isto último, coa intención de aglutinar non só a industrias, senón tamén a bancos e comercios, e de converterse "nunha importante plataforma empresarial no Norte de Portugal, tanto pola capacidade para atraer empre-

26. *La Región*, 12 de maio do 2002.

27. *La Región*, 13 de agosto do 2002.

28. *La Región*, 6 de xullo do 2001, p. 16.

29. *La Región*, 15 de agosto do 2001, suplemento especial.

30. *La Región*, 7 de agosto do 2001.

sarios do noso país como de Galicia", tal e como sinalou o presidente da Cámara de Chaves, Altamiro Claro, e de "atraer empresarios españois", segundo indicaba o administrador da empresa promotora.

Así mesmo, a importancia da hostalaría e o turismo nas proximidades do país veciño é materia tan recorrente como salientábel por parte de *La Región*, dedicándolle suplementos monográficos especiais, nos que, por exemplo, se fai referencia ao balneario das Caldas, en Chaves, como "un moderno balneario que dispón de instalacións de diagnóstico, salas de gimnasia médica, piscinas individuais, equipamento para baños carbonosos y salas de fisioterapia y masaje"³¹, entre outros servizos ofrecidos nestas augas termais "compuestas por un gran número de minerales, lo que las convierte en únicas", remata a información.

E relacionado co turismo, no caso de *La Región* con frecuencia faise referencia, coincidindo coa época estival, á "avalancha de emigrantes y visitantes que cruzan la frontera"³², facendo alusións mesmo á chamada "Operación Benvida" organizada pola Región de Turismo do Alto Támega, na fronteira con Verín, en Vilaverde da Raia, que, arroupada por membros da Guardia Nacional Republicana, situados fronte ás vellas casetas da aduana, tiña como propósito entregarlles botellas de auga, mapas e folletos turísticos aos viaxeiros que cruzan pola "raia".

Unha operación que se repite cada verán e na que participan emigrantes portugueses que retornan ao país veciño, a maior parte deles procedentes de Francia, Alemaña e Suíza, ademais dos turistas, boa parte deles españois, que deciden achegarse até Portugal nesta época.

Así o corroboran as informacións que aluden ao feito de que "más de tres mil vehículos, la mayor parte de ellos ocupados por emigrantes portugueses en Francia y Suiza, cruzaron la frontera de Feces"³³.

31. *La Región*, 15 de agosto do 2001, suplemento especial.

32. *La Región*, 15 de xullo do 2001, p. 20.

33. *La Región*, 29 de xullo do 2001, p. 3.

Neste senso, tamén se fixo referencia, durante o pasado ano, ao feito de que os ourensáns que escollián Portugal como destino turístico dubidaban en incorporar o distintivo do país de orixe ás matrículas dos seus vehículos, indicando que ante o temor a ser multados compraban o "E", e detíñanse nos puntos fronteirizos para facerse co adhesivo, pois ignoraban que o Código de Estradas de Portugal non incluía esta obrigatoriedade³⁴. Así, *La Región* informaba no seu titular que "los coches españoles con matrículas antiguas no necesitan la E para circular por Portugal".

E tamén pode observarse a importancia das comunicacións e o comercio nas dúas beiras da "raia" nunha noticia sobre a manifestación convocada por veciños de Vilardevós, cortando o tráfico na rotonda do enlace coa autovía en Verín e a estrada de Portugal, coincidindo cun día de mercado, e na que os manifestantes ameazaron con facer un boicot comercial ao comercio local, deixando de comprar na vila ourensá.

"No municipio (de Vilardevós) somos unhas tres mil persoas, e agora, durante o verán, a cifra dobrouse (...) e todos os veciños estamos dispostos a comprar en Chaves". Mais "non imos deixar un peso en Verín", remataban os veciños, como xeito de protesta e presión polo, ao seu xuízo, pésimo estado das comunicacións por estrada coa vila verinesa³⁵.

A actualidade común aos dous países tamén foi recollida, no caso portugués, polos dous xornais galegos, en aspectos como o mal das "vacas tolas", facendo referencia incluso a aspectos anecdóticos, como o da propiedade dunha explotación da comarca portuguesa de Morgade, a seis quilómetros da "raia", que, coa reivindicación de que todas as súas reses fosen saneadas, aseguraba estar disposta, incluso, "a levar os animais a pasear por Chaves"³⁶.

E, como non, falando de actualidade, no repaso da actualidade xornalística do pasado ano, a mención do lutuoso suceso da ruptura da ponte en Castelo de Paiva, a uns corenta quilómetros de

34. *La Región*, 26 de xuño do 2001, p. 3.

35. *La Región*, 8 de agosto do 2001, p. 7.

36. *La Región*, 23 de agosto do 2001.

Porto, non só é obrigatoria, senón que serviu como imaxe representativa da boa comunicación informativa existente no espazo luso-galego, fronte ao posíbel mal estado dalgunha das comunicacións físicas entre ambos os países, como foi o caso da ponte rachada.

Así, as pontes informativas tendidas até o de agora por *La Región* e *Atlántico* co país veciño non só se cinguiron ao suceso ocorrido en Paiva e descrito por Antonio Rodríguez, o correspondente enviado por ambos os xornais para cubrir esta desgraciada noticia³⁷, senón que ao longo do pasado ano dende *La Región* tamén se fixo referencia a outras pontes, asolagadas polas subas dos ríos, debido ao forte temporal que polas mesmas datas afectou a Galicia.

Neste senso, dende *La Región* tamén se fixo referencia, por exemplo, ás subas do río Mente, indicando que "dos carreteras de frecuente uso en la franja fronteriza Ourense-Portugal han quedado cortadas al desmoronarse sendos puentes"³⁸, e mesmo, con posterioridade, á nova ponte construída na fronteira entre Feces de Cima (Verín) e Lama Darcos (Chaves), seguindo a "idea de que los portugueses no tengan necesidad de ir por la frontera y puedan acceder a Verín a través de otros pueblos del municipio" ourensano, "y cruzar al otro lado sin meter los pies en el río Pequeño para trabajar las tierras", posto que os portugueses posúen leiras en Feces de Cima e á inversa.

b) O finado proxecto do xornal *Arco Atlántico*

Arco Atlántico naceu ante a crenza nun espazo común para a comunicación e tendo en conta que, segundo o Censo Español de Residentes Ausentes (CERA), a metade dos españois residentes en Portugal son galegos, aos que hai que engadirilles uns, aproximadamente, doce mil portugueses residentes en Galicia. En total, estamos a falar dun espazo de intercambio habitual entre quince mil persoas, aínda que habería que referirse a seis millóns de lectores potenciais repartidos entre dezasete cidades, de aí a iniciativa do grupo *La Región* de sacar cada venres ao mercado unha publi-

37. Publicada en *La Región* e *Atlántico*, 6 de marzo do 2001 e datas sucesivas.

38. *La Región*, 8 de marzo do 2001, p. 4.

cación semanal con seis mil exemplares de tiraxe e distribuída en toda a costa atlántica e o norte de Portugal.

Un proxecto feito realidade no ano 92 por iniciativa do citado grupo que contacta cos entón presidentes do Forum Portucalense e da Asociación Industrial de Braga, co obxecto de constituír unha sociedade luso-galaica de comunicación, partindo dun capital social de algo máis de noventa mil euros (quince millóns de pesetas, concretamente), cunha maioría de capital portugués. A sinatura do documento fundacional realizouse a finais de 1991 nun acto que contou coa presenza do presidente da Xunta de Galicia, Manuel Fraga, e o presidente da Comisión de Cordinación da Região Norte de Portugal, Luis Braga da Cruz. O mesmo día da sinatura do protocolo, Fraga asinaba a constitución da Comunidade de Trábalo Galiza-Norte de Portugal³⁹.

No seu número cero⁴⁰, *Arco Atlántico* indicaba en portada que "Nace un semanario bilingüe para a Galiza e Norte de Portugal: será apresentado hoje em Santiago de Compostela e amanhã no Porto, en dois actos sociais". Seguidamente, explicaba a súa idea de "levar para a frente o projecto dun semanario cuja missão principal sería aproximar un pouco mais as dúas regiões irmás, respectando o carácter próprio das suas gentes, os seus costumes e folclore, separadas por largos anos de historia". Unha "innovadora experiencia pretende acompañar o crescente desenvolvemento das relacións económicas, sociais, culturais e políticas entre a Galiza e o Norte de Portugal, pelo que se decidiu que tenha um carácter bilingüe", remataba a información, combinando castelán e galego no texto da noticia.

No manchete do semanario figuraba o doutor ourensán Antonio Villar como presidente do Consello de Administración da sociedade, o actual director de *La Región*, Alfonso Sánchez Izquierdo, como director xeral e conselleiro delegado, e o verinés Feliciano

39. Aos poucos meses celebraríase tamén a Asemblea Constituínte do Eixo Atlántico, outra das coincidencias e oportunidades estratéxicas buscadas polos responsábeis do proxecto editorial.

40. En Arquivo Histórico de La Región: 8 de xullo de 1992.

Romero como director. No equipo directivo do xornal tan só figuraba un portugués, António Santos como conselleiro.

A redacción do semanario estaba formada por tres persoas, unha delas en Porto, e un fotógrafo, á parte dunha batería de colaboradores. En Portugal, a Redacción, Administración e Publicidade de *Arco Atlántico* fixouse no número 73 da rúa Alexandre Herculano, en Porto.

A intención era aproveitar os recursos propios que ofrecía o grupo *La Región* (entón composto polo xornal *La Región*, en Ourense, *Atlántico Diario*, en Vigo, e a Axencia Galega de Noticias, AGN, en Santiago de Compostela), tanto no que se refire a delegacións, maquetación, deseño, impresión e resto de activos.

O semanario ofrecía unha división en seccións, comezando pola de "Firmas", galegas e portuguesas, seguida, por orde⁴¹, das seguintes: "Actual", "Norte", "A Galiza", "Mar" e "Economía". Seguidamente, había unha páxina completa sobre a "Bolsa de Valores de Porto", un suplemento habitual sobre "Vida Social", para continuar coas seccións de "Deportes" e "Empresas", e rematar cos "Breves" (anuncios, a maioría deles sobre inmobiliarias), "Jogos" e a "Axenda" de servizos.

Ao longo dos seus corenta e nove números na rúa, *Arco Atlántico* abordou múltiples temas de interese común para Galicia e o Norte de Portugal, como foi a publicación dun suplemento especial sobre a sinatura, un ano antes, dun convenio de cooperación entre as tres universidades galegas coas de Porto, Minho, Tras os Montes, Alto Douro e a Universidade Católica Portuguesa⁴²; o acto do primeiro encontro empresarial "Arco Atlántico", auspiciado polo grupo editorial e con participación de destacados membros do Goberno galego; a supresión das aduanas ou a inauguración da nova ponte internacional entre Tui e Valença, que substituiría a construída, un século antes, por Eiffel; aproveitando o mesmo número para facerse eco do proxecto de construción de dúas novas

41. Orde que ao longo da súa existencia sufriu algunhas variacións e novas incorporacións, como foi a sección de Cultura.

42. Arquivo Histórico de La Región: 12 de marzo de 1993.

pontes e unha "autopista de 700 kilómetros que unirá Evora y Tui"⁴³.

Mesmo no seu derradeiro número, que saíu á rúa o 30 de xullo de 1993, *Arco Atlántico* dedicáballe ampla cobertura, con ocasión da celebración, o 25 de xullo, do Día de Galicia, á entrega da medalla de ouro de Galicia ao presidente da República, Mario Soares.

Algunhas das razóns do fracaso deste proxecto⁴⁴, citadas polo seu propio director xeral, Alfonso Sánchez Izquierdo, foron que *Arco Atlántico* naceu antes de tempo, pois daquela apenas existía concepto nin conciencia da Eurorrexión, ademais da falta de argumentos informativos que daquela existían entre ambas as zonas transfronteirizas, á parte dos graves problemas societarios ocorridos: visións empresariais diferentes, distinto enfoque informativo e publicitario, distinta estrutura organizativa e laboral, mala avaliación dos recursos económicos e humanos necesarios, escaseza de inxección de capital e dificultades na súa implantación e comercialización.

O grupo atopouse tamén con problemas de coordinación entre distintas redaccións dedicadas a distintas tarefas, á parte da edición e administración de *Arco Atlántico*, asumindo un proxecto que non gozaba de entidade propia nin independente, como consecuencia da escaseza de medios con que se dotou inicialmente.

Tamén houbo moitos problemas na venda dun produto xornalístico que en Portugal se ofrece, habitualmente, de forma gratuíta, e problemas na súa distribución a través da aduana, pola asimetría legal existente nos xiros postais entre España e Portugal. A isto houbo que engadirlle as dificultades co idioma, pois requiríase un soporte trilingüe (galego, español e portugués), atendendo ás demandas do mercado e mesmo dos distintos organismos e administracións implicadas, o que provocou a duplicación de contidos e o conseguinte atraso na súa xestión.

43. *Idem*: 23 de xullo de 1993.

44. Citadas polo propio director xeral, Alfonso Sánchez Izquierdo.

3 CONCLUSIÓN

A Eurorrexión Galicia-Norte de Portugal ensaiou algúns proxectos compartidos que, até o de agora, non lograron consolidarse, do mesmo xeito que aconteceu cos distintos ensaios transfronteirizos realizados en ambas as beiras dos Pireneos, a través da Asociación de Medios Interperinaicos e a edición de xornais como *Diari dels Pirineus*, *Pirineus Setmanal* ou *El Mundo de los Pirineos*. A dimensión de ambos os feitos sociolóxicos non se correspondeu coa dimensión dos distintos proxectos empresarias emprendidos no ámbito da comunicación escrita.

Non obstante, aínda que empresarialmente non foi posíbel canalizar mediante cabeceiras autónomas o fluxo de comunicación existente entre Galicia e o Norte de Portugal, é evidente que este espazo compartido non só existe⁴⁵, senón que se ampliou e fortaleceu nos últimos anos con novos lazos e intercambios derivados, en boa medida, da supresión das nosas fronteiras e a progresiva implantación e mesmo concienciación sobre a idea dunha Europa comunitaria, que xa é unha realidade.

Entre nós, galegos e portugueses, xa non existen unha ducia de fronteiras nin requisitos nas aduanas no repartimento das publicacións e a lexislación transformouse en común, amparada no feito da libre circulación. Ademais, dispoñemos de novas tecnoloxías, capaces de salvar calquera distancia física ou informativa.

Ao mesmo tempo, acontece que institucións coma a constitución dun grupo de traballo entre Galicia e o Norte de Portugal ou o Eixo Atlántico están moito máis asentadas e, ademais, xurdiron outras novas como resultado, tamén, da maior implicación dos respectivos gobernos e da apertura de múltiples instrumentos e programas de cooperación comunitaria.

Nos escasos cincuenta quilómetros de fronteira establecida polo río Miño entre Galicia e Portugal residen tantos habitantes coma no resto do territorio transfronteirizo entre Portugal e

45. Máis dun centenar de empresarios galegos residen na actualidade en Portugal, á parte dos datos de poboación do CERA xa comentados e das múltiples informacións referidas.

España, concretamente até Ayamonte, na provincia de Huelva. Cincuenta quilómetros sen unha ponte de comunicación impresa, compartida e de unión con Portugal, que en cambio si que tendeu a prensa de Madrid, dende máis lonxe. Así, para superar cincuenta quilómetros de distancia, temos que percorrer cincocentos. Entre Galicia e Portugal, Eiffel superou a Gutemberg, sen dúbida.

ANÁLISE DA INFORMACIÓN CULTURAL EN GALICIA

Raquel López e Xosé López
Consello da Cultura Galega

O noso obxectivo é facer unha primeira aproximación á información cultural presente no discurso dos xornais, radios e televisións de Galicia. A través do seguimento e análise dos media, presentamos aquí algúns dos principais trazos definitorios dos contidos e, polo tanto, da idea de cultura que reflicte o universo mediático galego. Este informe é a primeira parte dun estudo máis amplo de seguimento e análise da información cultural, polo que as conclusións tiradas refírense unicamente aos datos da información publicada na fin de semana.

A nosa metodoloxía de traballo consistiu nun baleiramento de contidos dos seguintes medios: os xornais *Atlántico Diario*, *Diario de Arousa*, *Diario de Ferrol*, *Diario de Pontevedra*, *El Correo Gallego*, *El Ideal Gallego*, *El Progreso*, *Faro de Vigo*, *La Opinión A Coruña*, *La Región*, *La Voz de Galicia*, *O Correo Galego* e o semanario *A Nosa Terra*; as emisoras Radio Galega, Cadena Noroeste, Radiovoz e as desconexións para Galicia de Radio Nacional de España, Cadena Cope, Onda Cero e Cadena Ser; Televisión de Galicia, Televisión Española en Galicia e Antena 3 Televisión na súa desconexión para a nosa Comunidade, completaron o mapa de medios.

A busca da información cultural nos xornais fixémosla ao longo de todas as súas páxinas, calquera que fose a sección. Analizamos todas as publicacións integramente, agás as edicións locais do xornal *La Voz de Galicia*, e a continuación sistematizamos a información nunha base de datos atendendo aos seguintes parámetros:

Nome do xornal, data, espazo do texto, presenza en portada, tema, xénero, sección, tratamento gráfico, fontes, orixe, ámbito xeográfico, lingua, liña de creto, criterio, actitude, actualidade, observacións.

Na información radiofónica, desbotamos os programas de temática cultural, dado que desvirtuarían os resultados da nosa

mostra e, polo tanto, o noso obxectivo. E, unha vez analizados os informativos, introducimos os datos nunha base de datos que responde á seguinte estrutura:

Nome da emisora, data, franxa horaria, duración da información, presenza en titulares, tema, xénero, fontes, orixe, ámbito xeográfico, lingua, criterio, actitude, actualidade, observacións.

No medio televisivo, actuamos seguindo a mesma dinámica de traballo empregada coa radio.

Por último, á hora de seleccionar a información obxecto do noso estudo, seguimos os seguintes criterios:

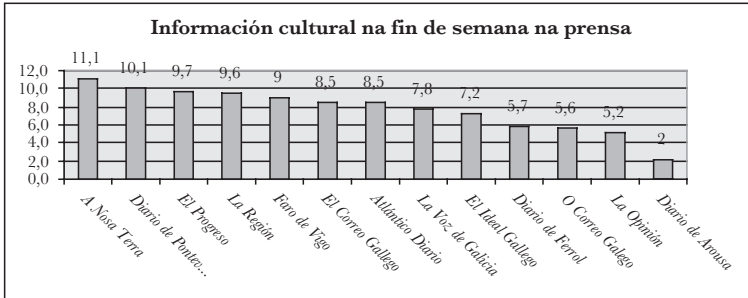
- Cultura como arte: literatura, pintura, escultura, fotografía, música, cine, teatro.
- Cultura como espectáculo: festivais, premios, etc.
- Patrimonio e cultura popular.
- Industria cultural, políticas culturais. Lexislación, mercado e xestión dos produtos culturais.

IMPORTANCIA DA INFORMACIÓN CULTURAL NA PRENSA

A cultura insírese cada día no discurso dos medios. Descubrir o seu valor e a importancia que os xornais lle dan á información cultural é a intención deste traballo. Con este obxectivo analizamos unha serie de indicadores que nos achegan os seguintes datos: número de informacións, disposición no xornal, ámbito da noticia, tratamento gráfico e xénero.

Con respecto ao total dos contidos culturais na prensa galega, o semanario *A Nosa Terra* é a publicación que maior número de informacións culturais recolle nas súas páxinas, cunha porcentaxe do 11,1% (destaca a súa sección de cultura cunha media de sete páxinas cada semana). En canto ás publicacións diarias, salientan o *Diario de Pontevedra* (10,1%), *El Progreso* (9,7%), *La Región* (9,6%) e *Faro de Vigo* (9%). Estes xornais presentan porcentaxes algo máis altas debido en boa parte aos especiais de festas populares.

O domingo é o día da fin de semana no que se rexistra unha maior presenza da información cultural debido á publicación de múltiples suplementos, onde teñen acollida boa parte dos con-



Fonte: elaboración propia.

tidos que nos interesan. A continuación expoñemos un cadro dos especiais e suplementos que integran o estudo:

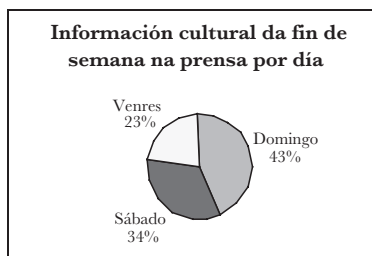
ESPECIAIS DE FESTAS: venres (*Atlántico Diario*, *La Región*, *La Opinión*, *El Progreso*, *Faro de Vigo*, *El Correo Gallego* e *El Ideal Gallego*), sábado (*Atlántico Diario*, *El Progreso*, *Faro de Vigo* e *La Región*).

ESPECIAL VELA: *La Voz de Galicia* (venres).

VENRES: "Visado. Suplemento del fin de semana de Faro de Vigo", "É venres! Suplemento de ocio" (*Diario de Pontevedra*).

SÁBADO: "Fugas", "Xatentendo.com" (*La Voz de Galicia*), "El sábado", "El faro del Navegante" (*Faro de Vigo*).

DOMINGO: "Correo das culturas", "Fin de semana" (*El Correo Gallego*), "La galería" (*El Ideal Gallego*), "Lecer" (*O Correo Galego*), "Revista" (*Diario de Pontevedra*), "Estela" (*Faro de Vigo*), "La revista", "Vida" (*Atlántico Diario*), "Los domingos de La Voz", "El domingo" (*La Opinión*), "Nordésia" (*Diario de Ferrol*), "Vida" (*La Región*), "Gente" (*El Progreso*).

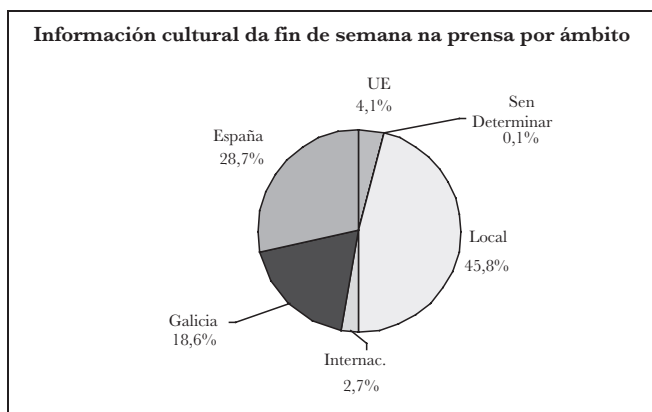


Fonte: elaboración propia.

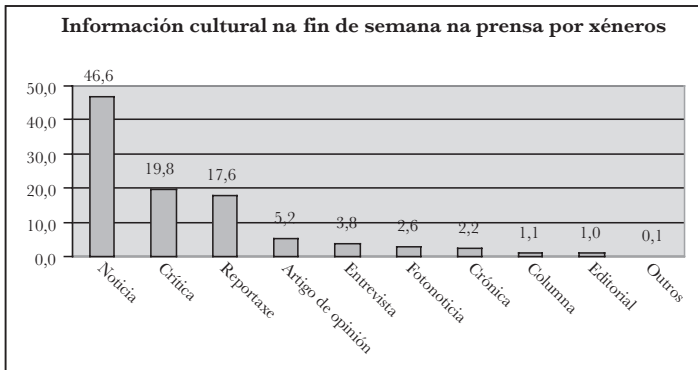
Os suplementos acaparan boa parte das informacións (35%). Os contidos culturais non só aparecen nunha sección determinada do xornal. É o apartado de "Outras" (inclúe todas as áreas do xornal, agás "Cultura" e "Sociedade") o que alberga o maior número de noticias (37%). Neste campo é onde incluimos o caso de "AFA", sección d'*O Correo Galego* que integra información de cultura e de sociedade. Engrosan este apartado as novas culturais encadradas nas páxinas locais daqueles xornais vencellados especialmente a unha área xeográfica comarcal ou provincial como *El Progreso* ou o *Faro de Vigo*. No entanto, baixo o epígrafe específico de "Cultura", só se recollen o 18% das informacións, mentres que en "Sociedade" aparece un 10% dos contidos culturais.

O criterio de proximidade salienta á hora de seleccionar a publicación das informacións. Case a metade das pezas culturais corresponden ao ámbito local (45,8%). Un 28,7% son de ámbito español (inclúense aquí críticas cinematográficas, musicais e literarias que non son de ámbito galego). E Galicia como comunidade está presente no 18,6% das novas.

A información cultural escasas veces é protagonista das portadas dos xornais. Tan só o 2,2% das noticias acadan un espazo na primeira plana. E o 93,8% das que chegan a aparecer en por-



Fonte: elaboración propia.



Fonte: elaboración propia.

tada non ocupan unha superficie maior ao cuarto de páxina. Das máis de 700 informacións analizadas tan só unha chega a aparecer con fotografía en portada. Con respecto á contraportada dos xornais, as porcentaxes non varían moito, e só o 2% das informacións aparecen na páxina que pecha a publicación.

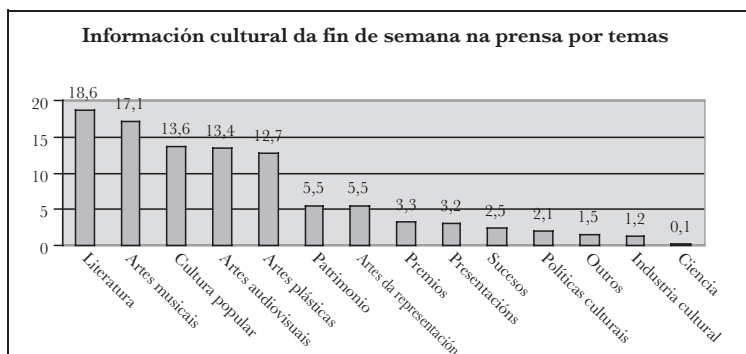
No interior do xornal ponse de manifesto, cunha porcentaxe superior ao 60%, que a maior parte das informacións analizadas non chegan a ocupar un espazo superior ao 25% da páxina. Así, a cultura preséntase na plana maioritariamente a través de informacións de poucas liñas.

Baixo o xénero de noticia aparece a cultura na meirande parte das ocasións (46,6%). A distancia, cun 19,8%, sitúase o xénero da crítica, que atopa cabida fundamentalmente nos suplementos, ligada á literatura, ao cine e á música. A reportaxe, cun 17,6%, ocupa o terceiro posto.

En canto ao tratamento gráfico, debemos sinalar a existencia dun 64% de informacións que van acompañadas de fotografía, mentres que a presenza de ilustracións e infografías é moito menor, cun 4% e 1% respectivamente.

Temática

Neste apartado afondamos nos temas que nutren o discurso cultural dos xornais. A literatura é o tema estrela do universo cul-



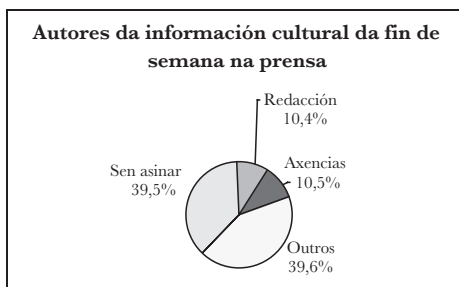
Fonte: elaboración propia.

tural presente nos xornais. Cunha porcentaxe do 18,63%, o mundo dos libros protagoniza os suplementos da fin de semana en forma de críticas, recensións, etc. Seguen en importancia á literatura os contidos musicais, cun 17,12% de presenza, tamén a través de críticas e recensións de discos e concertos nos suplementos da fin de semana. Despois sitúase a cultura popular (13,56%), que se manifesta de xeito salientábel a través dos especiais de festas publicados nos xornais. A escasa distancia, cun 13,42%, destacan os contidos referentes ás artes audiovisuais/cinematográficas e ás artes plásticas, onde se inclúen todas as informacións de exposicións de fotografía, pintura, escultura, etc., cun 12,74%. Con senllas porcentaxes do 5,48%, aparecen as categorías de patrimonio (achados, monumentos, edificios históricos, etc.) e de artes da representación/teatro.

Calidade da información cultural na prensa

A través dos seguintes parámetros, estudamos con que calidade se nos presenta o discurso cultural na prensa.

Só o 30,3% das informacións citan como mínimo unha fonte. Dentro deste grupo, o 22,2% inclúe ademais unha segunda fonte. E un 9,9% presenta polo menos tres fontes. As que nomean unha única fonte son protagonizadas fundamentalmente por: individuos (68,02%), concellos (6,31%), empresas privadas (6,31%), asociacións (5,86%). A segunda fonte: individuos (71,43%), con-



Fonte: elaboración propia.

cellos (10,20%), empresas privadas (8,16%), medios de comunicación (4,08%). E a terceira fonte: partidos políticos (72,7%) e medios de comunicación (9,1%).

Un 17,9% dos xornalistas especifican a orixe da súa información. O 10,5% proceden de axencias, o 4,6% de fonte propia (fundamentalmente entrevistas), o 1,9% de convocatoria (roldas de prensa) e só o 0,8% de nota de prensa.

Un 60,4% de informacións van asinadas. O 10,4% son asinadas como Redacción e o 10,5% por Axencias. É de salientar que hai case un 40% de novas que non van asinadas (moitas delas, breves).

O 70% das informacións responden a un criterio informativo e ao valorativo un 30% (críticas de produtos culturais). O enfoque do xornalista é neutral (69%), acorde co carácter informativo maioritario e coa alta presenza do xénero noticia. En canto á valoración, abunda a de carácter positivo (28%), por riba da negativa (3%).

O 60% da información réxese polo criterio de actualidade. O 40% restante é de carácter atemporal. E é precisamente aquí onde se inscriben as críticas de filmes, discos ou libros.

Lingua

O galego é o idioma minoritario. Só o 30% das informacións se escriben neste idioma, tendo en conta que *A Nosa Terra* (que presenta a maior porcentaxe de informacións culturais) e *O Correo Galego* son integramente en galego.

IMPORTANCIA DA INFORMACIÓN CULTURAL NA RADIO

A Radio Galega é a emisora que acapara a maior porcentaxe de contidos culturais -con respecto ao resto de emisoras- nos seus informativos, cun 42%, seguida de Radio Nacional de España en Galicia, cunha porcentaxe do 33%.

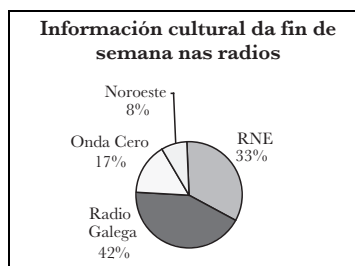
As novas culturais concéntranse na fin de semana na franxa do mediodía (67%), mentres que pola noite se sitúa o 33% das informacións.

O venres é o día da fin de semana con maior información cultural (50%). Hai que ter en conta que varias emisoras incluídas na análise diminúen a súa oferta informativa o sábado e o domingo, por exemplo as desconexións territoriais da Cadena Cope ou Radio Nacional de España.

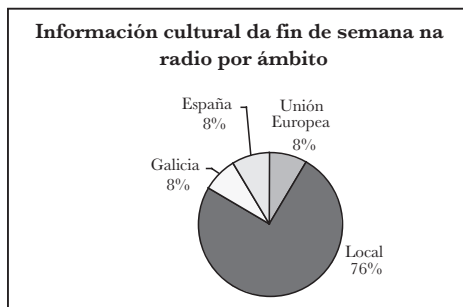
A metade das informacións teñen unha duración que se sitúa entre o minuto e o minuto e medio. Máis de minuto e medio duran o 33,3%. E cunha porcentaxe do 16,7% están as novas que teñen unha duración menor ao minuto.

En canto á inclusión dos contidos culturais nos titulares ou sumarios dos informativos radiofónicos, os datos diferéncianse bastante dos da prensa. O 42% das informacións analizadas téñense en conta á hora de salientar as novas en titulares.

A noticia volve ser protagonista na información cultural dos medios. Cunha elevada porcentaxe do 92%, sitúase a moita distancia da reportaxe, cun 8%.



Fonte: elaboración propia.



Fonte: elaboración propia.

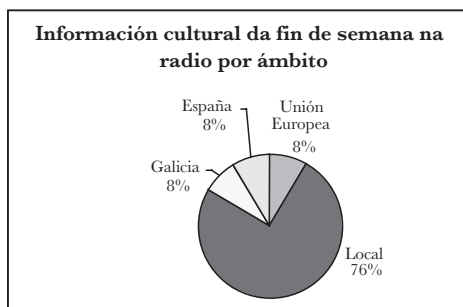
O ámbito local acapara unha porcentaxe do 76%, mentres que ás categorías de España, Galicia e Unión Europea (Portugal) correspóndelles un 8% a cada unha.

Temática

A cultura popular, cun 34%, é o tema principal dos contidos culturais da fin de semana na radio. Segue a categoría de artes audiovisuais/cinematográficas, cun 25%, e patrimonio, cun 17%.

Calidade da información cultural na radio

O 83,3% das informacións si citan fontes -nunca máis dunha por noticia- e introducen declaracións. As principais fontes son os concellos (40%), as asociacións (30%), os individuos (20%) e as empresas privadas (10%). En ningunha información se determina a súa orixe.



Fonte: elaboración propia.

O criterio informativo e o enfoque neutral son predominantes en todos os contidos culturais incluídos na análise. E a actualidade rexe as informacións radiofónicas cunha porcentaxe do 91%.

Lingua

Todas as informacións culturais incluídas no estudo foron emitidas en galego.

IMPORTANCIA DA INFORMACIÓN CULTURAL NA TELEVISIÓN

A TVG é a canle que máis tempo lle dedica á información cultural en Galicia durante a fin de semana -con respecto ao total dos contidos culturais-, emite o 74% da información. Este dato pon de manifesto a ausencia de informativos para Galicia de Antena 3 e Televisión Española durante o sábado e o domingo.

Tendo en conta a afirmación anterior, prevemos que o venres será o día en que predomine a cultura nos programas televisivos analizados. Cunha porcentaxe do 40% confirmase esta xornada da fin de semana como aquela en que máis novas culturais se emiten.

Do total de informacións estudadas, só o 26,7% chega a aparecer nos titulares ou sumarios do informativos.

A duración das informacións é variada, dende os doce segundos ata os dous minutos. A maior parte das noticias duran menos dun minuto (40%), entre un minuto e un minuto e medio sitúanse o 26,7%, e máis dun minuto e medio o 33,3%.

A cultura chega aos telexornais en forma de noticia, fundamentalmente (86%), aínda que tamén hai espazo para a reportaxe (7%) e a crónica (7%).

O 80% dos contidos sitúanse no ámbito local, 13,3% no galego e o 6,7% no estatal.

Temática

A cultura popular volve ser tema estrela dos medios, neste caso da televisión, que informa das festas e celebracións que teñen lugar en distintas poboacións da xeografía galega. Un 46,7% das novas entran nesta categoría, a continuación, cun 20%, sitúanse os

contidos sobre música, concertos, etc., seguidos dos referentes ao audiovisual e cinematografía (13,3%) e ás artes plásticas (13,3%).

CALIDADE DA INFORMACIÓN CULTURAL NA TELEVISIÓN

Máis da metade das informacións culturais (46,7%) citan as súas fontes. E no 3,3% dos casos, ademais, aparecen en pantalla facendo declaracións. As fontes máis habituais destes contidos son os individuos e os concellos, cada unha cun 28,6%; seguidas de asociacións, organismos autónomos públicos e fundacións (Barrié de la Maza), cun 14,3% cada unha destas tres categorías. Un 13,3% das informacións presentan, como mínimo, tres fontes.

En ningunha das informacións se especifica por que vía chegou a nova ao medio.

Continúa primando o criterio informativo, afastado de xuízos de valor, cunha porcentaxe do 93,3%. A mesma que representan as novas cun enfoque neutral. Aínda que tamén hai un 6,7% de informacións que inclúen valoracións, todas elas de carácter positivo.

A actualidade é outro dos eixes que determinan a información cultural televisiva, xa que o 93,3% das informacións responden a este criterio.

Lingua

O 13,3% das informacións van en castelán e o 86,7% en galego.

CONCLUSIÓNS

Prensa

- Os medios escritos valoran á baixa a información de carácter cultural. Trátase dunha área que non goza da entidade e da relevancia de que dispoñen outras seccións dentro do xornal. Escasas veces acadan un lugar en portada e nas ocasións en que aparecen en primeira páxina ocupan unha superficie pequena e sen imaxe. Aproximadamente, só dúas de cada cen novas publicadas chegan á primeira do periódico. En canto ao interior do xornal, tamén observamos unha menor valoración da informa-

ción cultural, xa que a maioría das pezas culturais ocupan un espazo inferior ao 25% da páxina, así como un tratamento menos profundo da realidade cultural ao ser a noticia o xénero máis empregado. Así, non se crean espazos para a opinión e o debate cultural, senón que se reproduce a realidade, sen máis, vencellada a eventos e programacións.

- Un dos principais destinos da información cultural dentro dos xornais son os suplementos da fin de semana, especialmente os domingos. Trátase da xornada en que máis suplementos publican os diarios e na que máis contidos de carácter cultural se localizan. Pero é a categoría de "Outras" (todas as seccións do xornal, agás "Cultura" e "Sociedade") a que presenta a porcentaxe máis elevada. Isto pon de relevo dúas tendencias:
 - A falta de autoridade da sección de "Cultura" dentro do xornal (que só abrangue o 18% das pezas analizadas), no que os contidos se dispersan por distintas seccións da publicación.
 - A prioridade do ámbito local (46,8%) á hora de salientar a información cultural. Así, a cultura tende a aparecer nas páxinas de información local (ciudades, vilas, bisbarras) dos xornais, entre eles, El Progreso, Faro de Vigo, El Ideal Gallego, La Opinión A Coruña, El Correo Gallego, etc.

En canto ao tratamento gráfico que reciben as novas culturais, algo máis da metade aparecen acompañadas de fotografías -vencelladas ao xénero noticia-, mentres que as ilustracións e as infografías apenas teñen presenza.

- A literatura, fundamentalmente nas páxinas dos suplementos da fin de semana, é o tema estrela do discurso cultural dos xornais. Os suplementos revélanse así como espazos idóneos onde dar conta das novidades editoriais e facer recensións e críticas da produción dunha potente industria cultural como é a do libro. Tamén destacan os contidos musicais, a través das críticas e recensións de discos ou de informacións sobre concertos e a cultura popular, que está presente sobre todo nos especiais de fes-

tas e tradicións populares, moi vencellada ao ámbito local predominante nas novas culturais analizadas.

- A información cultural caracterízase pola falla de contraste a través da consulta de fontes, pouca profundidade e ausencia de interpretación nos seus contidos. Máis do 70% das informacións non citan fontes. E moi poucas chegan a presentar diversos puntos de vista. Cando os xornalistas recorren ás fontes, achéganse fundamentalmente aos autores, aos individuos promotores e creadores da cultura. Ademais, non chega ao 20% a porcentaxe de noticias que indican a canle pola que chegaron ao xornal. Un 10,5% proceden de axencias, o 4,6% son fontes propias (entrevistas, fundamentalmente), o 2,3% responden a convocatorias (roldas de prensa) e tan só o 0,8% chegan a través de nota de prensa (cando na práctica o número de informacións publicadas a partir de comunicados é moito máis elevado). Un 60,4% das informacións van asinadas. Hai polo tanto unha porcentaxe elevada de novas que aparecen nas páxinas do xornal baixo autoría de ninguén e sen especificar a súa orixe en múltiples ocasións. A liña de creto que máis se repite é a de Axencias, seguida da de Redacción.
- Non hai unha visión crítica da cultura. É unha ollada aséptica que presenta a realidade cultural dende un punto de vista informativo e cun enfoque sen posicionamentos ou xuízos de valor. Nos casos en que si está presente a crítica case sempre é dende un punto de vista positivo. Saliéntanse os aspectos culturais en positivo, mentres que non abunda a crítica ou valoración negativa.
- A cultura é noticia porque está de actualidade, criterio que rexe de forma estrita a presenza dos individuos e dos produtos do mundo da cultura nas páxinas dos xornais.
- A pesar de que a cultura adoita ser unha das áreas en que máis novas en galego aparecen, este idioma é minoritario. Só o 30% das informacións se escriben en lingua galega, e iso tendo en conta que *A Nosa Terra* (coa maior porcentaxe de informacións culturais) e *O Correo Galego* son integramente en galego.

Radio

- A diminución dos programas informativos para Galicia das cadeas estatais repercute loxicamente na diminución dos contidos culturais. Así, é o venres o día co maior índice de información cultural na fin de semana, a pesar de que canles como a Ser, Onda Cero e Cope non emiten contidos culturais ese día. Coincide que son estas as radios con informativos de menor duración, polo que ao haber menos espazo para narrar a realidade, é a cultura a que primeiro cae da grella. Observamos nos titulares de radio unha presenza salientábel, se temos en conta os datos que manexamos na prensa. O 42% das informacións analizadas téñense en conta á hora de salientar as novas en titulares. Aínda que son poucas as informacións culturais que entran nos informativos -xa vimos que en varias emisoras nin sequera se teñen en conta-, téndense a salientar algunhas nos titulares. A maior parte das informacións superan a duración dun minuto e son escasas as que superan os dous minutos. A noticia, vencellada á actualidade e ás rutinas informativas nun medio como a radio, é a protagonista indiscutíbel.
- Dáselle importancia á proximidade da información. O ámbito local prima sobre o resto. E ese localismo aparece sobre todo vencellado aos contidos relacionados ao que chamamos cultura popular: festas e tradicións populares.
- Preséntase a realidade sen chegar a afondar nela e sen deixar espazo á opinión ou ao debate. A maior parte das informacións cita fontes e introduce declaracións, e son os concellos (40%), as asociacións (30%), os individuos (20%) e as empresas privadas (10%) as fontes consultadas. Acódese a fontes oficiais ou colectivos interesados en producir información e formar parte do discurso dos medios. Salienta a presenza de declaracións, característica propia da radio, motivada pola necesidade de dar 'cor' ás informacións e dotalas de veracidade. Ningunha información explica a canle de chegada da nova á emisora. O criterio informativo e o enfoque neutral é predominante en todos os contidos

culturais incluídos na análise. E a actualidade rexe as informacións radiofónicas cunha porcentaxe do 91%.

- Salienta a elevada presenza do galego nas informacións culturais. O 100% están en galego. Debemos indicar que só se emitiron novas culturais en RNE, RAG e Cadena Noroeste.
- Por último, debemos salienta que aínda que non o recollamos no noso estudo, a cultura tamén protagoniza outros espazos radiofónicos como son o *Diario Cultural* da Radio Galega ou os *Vieiros da Cultura* de RNE.

Televisión

- Observamos que a cultura na televisión en Galicia (e, nas cadeas estatais, a información en xeral) non goza de grande importancia na fin de semana. Hai unha diminución da información cultural no sábado e no domingo, xa que é nestes días cando se rexistran menos novas culturais ao caer da grella os informativos das cadeas estatais para Galicia. Neste sentido tamén é a TVG a canle que máis información cultural emite xa que conta con telexornais todos os días da fin de semana. A presenza en titulares de novas culturais é pouco salientábel e o 40% das noticias duran menos dun minuto. Unha vez máis a cultura chega aos informativos en forma de noticia fundamentalmente (86%), aínda que tamén hai un pequeno espazo para a reportaxe (7%) e a crónica (7%).
- A cultura popular é a temática da maioría das informacións (Festa do Portal de Ribadavia, Festa das Fachas, etc.) claramente vencelladas ao ámbito local e á axenda da fin de semana.
- A pantalla da televisión convértese en espello da realidade ao reproducir feitos culturais sen chegar a afondar nalgúns dos seus aspectos. O criterio predominante é o informativo e o enfoque neutral. Os xornalistas, determinados polas rutinas periodísticas, non acoden ás fontes e son escasas as oportunidades que se lles dan aos protagonistas de aparecer en pantalla expresando a súa propia opinión. Menos da metade das informacións culturais (46,7%) citan as súas fontes. E no 3,3% dos casos, ademais, aparecen en pantalla facendo declaracións. Adoitan protagonizar

as novas culturais voces oficiais ou colectivos integrados na rede de fontes dos medios. As máis habituais son os individuos e os concellos, seguidas de asociacións, organismos autónomos públicos e fundacións. Como é habitual, en ningunha das novas se especifica a orixe da información.

- O galego é o idioma en que se emiten a maioría das noticias, o 86,7%. Son as que corresponden á TVG e á TVE-G, canles públicas que emiten os seus informativos en lingua galega. As novas en castelán do estudo son as do informativo de Antena 3 Televisión, que opta por este idioma na súa desconexión para Galicia.
- A información cultural non só se manifesta nos telexornais. Temos que sinalar que a cultura é protagonista da pequena pantalla fóra destes formatos, a través de seccións ou programas integramente dedicados a esta área. Algúns exemplos son espazos coma: *Ao pé da letra* ou *Kinoki* en TVE-G.

A CONSTRUCCIÓN DUN DISCURSO INFORMATIVO DE CALIDADE EN INTERNET

Xosé López García, José Pereira Fariña, Manuel Gago Mariño
Grupo de investigación en Novos Medios. Universidade de Santiago de Compostela

Internet presenta diferenzas na presentación dos formatos da información. En primeiro lugar, os medios electrónicos adoitan distribuír a información en varias capas: unha chamada na portada opcional e distintos niveis de profundidade no interior. Isto introduce, como xa é de supoñer, cambios na concepción de estrutura pechada da noticia das informacións e provocan modificacións nos elementos tradicionais dos xéneros informativos de prensa: noticia, crónica, reportaxe, breve, etc.

As chamadas en portada son moito máis curtas que as tradicionais noticias de apertura da prensa. Ademais, non adoitan ter antetítulos nin subtítulos. A entradaña convértese habitualmente nun *lead* de sumario moi breve. A través do hipertexto é posíbel acceder ao corpo da información, no que se achegan todas as claves fundamentais da noticia. Este corpo da información pode ser, non obstante, unha referencia cara a determinadas partes da información nas que se pode afondar ou dar acceso ás fontes das que xorde a información.

Esta división en bloques supónnos unha diferenza con respecto á anterior. A información pode ter un número infinito de niveis de profundidade, pero é recomendábel empregar unha estrutura que na segunda capa facilite o acceso á maior parte de espazos informativos creados. Con isto teríamos tres niveis de profundidade nas nosas informacións.

A NOTICIA

O xénero máis tradicional do xornalismo segue manténdose como unha categoría hexemónica nos medios electrónicos. A noticia "é un feito verdadeiro, inédito ou actual, de interese xeral, que se comunica a un público que se poida considerar masivo, unha vez

que foi recollido, interpretado e valorado polos suxeitos promotores que controlan o medio utilizado para a difusión" (Martínez Albertos, 1998: 298). Boa parte das informacións que se publican nos medios electrónicos están escritas en formato de noticias.

A estrutura habitual é a convencional: un titular, un *lead* e o corpo da información, seguindo a estrutura habitual da pirámide invertida. No xornalismo electrónico, esta parece a estrutura máis adecuada para facilitar a lectura nun medio que presenta dificultades engadidas pola lectura sobre unha fonte de luz como é a pantalla. A pirámide invertida facilita a decodificación do lector, que pode abandonar nun determinado momento a información con garantías de coñecer os detalles máis importantes do evento que se narra.

A transformación da estrutura da noticia ao colocala no contexto electrónico pode provocar cambios na estrutura da pirámide invertida que fan alterar as zonas inferiores da figura. Estas alteracións veñen dadas porque a secuencia lineal tradicional rompe cara a puntos de información laterais, ben expresados graficamente, ben a través de hipervínculos.

Noticias de constante actualización

Unha das primeiras cuestións que debemos ter en conta á hora de construír a noticia para un medio electrónico é a posición da noticia dentro do contexto temporal. Isto é clave, por exemplo, cando nos estamos referindo a acontecementos que poidan evolucionar de forma relevante durante unha certa cantidade de tempo. A nosa información pode quedar atrasada nada máis ser publicada na rede.

Trátase dunha cuestión relevante: de que maneira podemos conseguir actualizar a nosa información mantendo os mesmos niveis de información para os lectores? Información actualizada non debería significar a súa perda de calidade. Hai que partir da concepción de que podemos ter dous tipos de lectores que acceden a eses tipos de información: aqueles que se conectan intermitentemente ao medio para buscar as últimas informacións e aqueles que acceden a un evento puntual.

Isto obriga a concibir a noticia nun equilibrio entre a máis estrita actualidade mantendo todas as chaves da información continuamente presentes no noso texto. Existen dúas maneiras posibles de facer isto:

- Reedición da información: A noticia é construída de novo en toda a súa estrutura, proporcionando de novo todas as chaves da noticia nun único texto.
- Independencia das diferentes actualizacións: Estabelécese unha liña temporal na que cada unha das novas informacións sucede á outra. Deste xeito, o usuario pode seguir de xeito cronolóxico a evolución dos acontecementos.

Nos dous casos é preciso indicar na liña de crédito ou ao final da información cal é a última hora en que se recibiu a información que compón o texto.

A REPORTAXE

A reportaxe é, tradicionalmente, un dos xéneros informativos máis creativos do periodismo. A súa amplitude, as posibilidades de creatividade e as estruturas de información menos rixidas permiten un exercicio máis áxil e imaxinativo do tratamento da información. A reportaxe adoita tamén ser o punto fronteirizo entre a literatura e o xornalismo, alí onde este último pode encontrar mellores vías para desenvolver o potencial narrativo da actualidade.

Cando planificamos unha reportaxe para un xornal multimedia debemos partir de varios puntos que nos permitan reflectir a información dun xeito abundante e aproveitando as posibilidades da rede para conseguir informar e ofrecer contidos en profundidade.

Os puntos que debemos ter en conta son os seguintes:

- a) Cal é a miña información orixinal?
- b) Con que materiais multimedia conto?
- c) Como podo contextualizar a miña reportaxe a través de hipervínculos?
- d) Que deseño web se adapta mellor á miña reportaxe?

Hai que ter en conta, ademais, outra norma: debemos construír informacións que poidan ser manexábeis e accesíbeis sen

que iso lle supoña ao lector un esforzo de navegación excesivo. A construción da coherencia textual debe partir dun traballo previo no que cada un dos actores ocupa unha función e un comportamento específico na reportaxe.

Para realizar isto, o axeitado é realizar un diagrama, ou *storyboard*, no que situamos todos os elementos cos que contamos para publicar a reportaxe. Neste diagrama situamos cada material no punto exacto en que debe aparecer, se é preciso a existencia de hipervínculos, se debemos integrar os cortes de audio ou de vídeo no texto escrito ou debemos crear un apartado especial para todo ese tipo de materiais.

Este diagrama debería seguir unha estrutura en que cada elemento, cada *lexia* (unidade de significado) é un bloque. Dividir a información en subtemas é unha maneira fácil de crear divisións en bloques. En realidade, do que se trata, é de *deconstruír* a historia tomada da realidade e *reconstruíla* xornalisticamente para un xornal electrónico (Rich, C., 1998).

Deconstruír significa dividir en pezas os seus compoñentes e buscar similitudes e relacións entre elas. Débense agrupar aquelas que son similares. Reconstruír significa empregar un diagrama para establecer as relacións entre as agrupacións de bloques. Non supón realmente un traballo engadido para un redactor atarefado, senón que se pode reducir a un simple esquema.

Neste bosquejo hai que ter en conta varias cousas. En toda información existe algún tipo de forma linear que dá paso á macrohistoria. Imaxinemos que a noticia é que a Unión Europea decide reducir drasticamente a cota de capturas da flota pesqueira dos países membros. Existe un elemento linear: a Comisión aprobou un decreto da relación de capturas. Pero a partir de aí represéntase unha macrohistoria que se plasma en informacións estatísticas sobre o tamaño da flota, o nivel de facturación dos armadores e a incidencia no PIB das zonas onde están instaladas as bases destes armadores, a industria secundaria, o nivel de ocupación profesional nestas zonas; e as fontes: o presidente da Comisión Europea -Romano Prodi-, o

comisario F. Fischler, os presidentes dos estados afectados e dos organismos políticos autonómicos, os armadores, os mariñeiros...

Unha vez que temos estruturado o noso esquema de traballo, debemos plasmalo nunha maqueta de web que nos permita resolver estas cuestións. Inconscientemente, ao ver o diagrama, estamos pensando na tradicional estrutura xerárquica dun sitio web no que cada un destes bloques ocupa una páxina distinta. Non ten por que ser necesariamente así. Dentro da nosa páxina podemos crear deseños que nos permitan dividir os espazos de contidos dun xeito claro facilitando a visión do lector.

Nace así a filosofía dos especiais. Son espazos utilizados polos medios de comunicación electrónicos, que permiten unha certa versatilidade no deseño creando produtos que se adaptan aos contidos e non á inversa, como pode ser habitual nas informacións diarias. Ademais, os especiais asumen un rol de documentación con certo valor histórico e de hemeroteca virtual. Boa parte dos principais medios que operan na actualidade no mundo asumiron xa esta filosofía de crear contidos a modo de suplementos que se actualizan cada día. Son, en definitiva, microespazos practicamente independentes do resto das seccións pero cunha importante carga simbólica.

Ao estruturar unha reportaxe ou calquera xénero que se basee na posibilidade de ofrecer unha ampla información contextualizada, o obxectivo final é conseguir un equilibrio entre a profundidade e as capas de información que damos e un sistema que lle permita ao usuario moverse con liberdade. Aplicando un criterio semellante para a creación de determinados tipos de ficción interactiva, Janet Murray (1999) destaca tres puntos básicos:

- a) Historias suficientemente motivadas para orientarnos na navegación e afondamento en distintos niveis do contorno.
- b) Estas historias deben ser o bastante abertas para que o usuario poida realizar exploracións libres dos contidos que non sexan limitativas. Isto conséguese a través da estrutura en capas que abarcan bloques considerabelmente distintos entre si.

Escribir a reportaxe

Presentar unha reportaxe en capas e de acordo a este tipo de *storyboard*, no que cada elemento mantén unha certa independencia semántica con respecto dos outros, require ter en conta determinadas necesidades de redacción independentemente do estilo que se lle aplique:

- a) Usar frases curtas e evitar conectar estas frases con conxuncións.
- b) Empregar con moita frecuencia ladiños como forma de estruturar os bloques nos textos lineares. Un usuario escanea a páxina moitas veces antes de lela. Estes ladiños deben ser o suficientemente informativos como para que o usuario poida ter unha idea exacta da información mesmo sen ler os parágrafos. Unha maneira alternativa é situar unha listaxe lateral na zona superior da páxina con marcadores que conduzan automaticamente aos bloques de información do texto.
- c) Se a reportaxe se estrutura en diferentes páxinas web, tratar cada unha destas como unha historia diferente, na que se contextualizan os temas. E isto hai que facelo sen provocar redundancia na información.
- d) Facer un uso frecuente da división por parágrafos e, se a información conta con máis dunha fonte, situar cada unha delas nun parágrafo independente.
- e) Empregar diferenciacións tipográficas para resaltar o que xulgues relevante do texto, de maneira que o usuario, fixándose unicamente nestas, poida realizar unha lectura de palabras chave. Evita o uso de subliñados e restrinxeo unicamente para os hipervínculos. Se empregas a negra, emprégaa unicamente para salientar unha palabra ou un pequeno grupo de palabras de cada vez, para evitar que a mancha se faga molesta para o lector. Evita a cursiva: é de difícil lectura na web.
- f) Evitar convencións periodísticas habituais como o emprego de abreviaturas, cargos ou emprego único de

apelidos a partir da primeira mención aclaratoria cando a historia estea dividida en bloques de texto independentes ou en páxinas web distintas. Se os usuarios non seguen a mesma orde de lectura que o xornalista pensa ao principio, a existencia destas palabras convencionais pode provocar confusión e desorientación.

- g) Empregar textos atraentes, a pesar de que con iso se teña que romper con determinados tabús da prensa. Pódese empezar un *lead* cunha pregunta? Si. Nun contorno onde o tempo é ouro, os xornalistas debemos convencer os lectores de que o que se conta é interesante.
- h) Facer que os hipervínculos externos se abran nunha nova xanela do navegador. O usuario pode abrir un amplo número desas fontes alleas e consúltalas durante a lectura da reportaxe ou realizar navegacións independentes e simultáneas. Se se carga a nova páxina sobre o teu propio medio non só perderás audiencia, senón que podes provocar confusión no lector.
- i) Seleccionar fotografías cun gran poder semántico. Son especialmente interesantes os primeiros e medios planos, por causa do pequeno tamaño que deben ter para Internet. Se existe unha fotografía detallista de interese, paga a pena ofrecer unha miniatura e coa posibilidade de ampliála a través da abertura dunha nova xanela no navegador axustada ao seu tamaño.
- j) Planifica moi ben a inserción de cortes multimedia. Ofrecer o corte de audio dunha declaración redactada no texto non achega nada novo. O que se ofrezca en audio e vídeo debe achegar algo novo con respecto ao resto da reportaxe.

AS ENTREVISTAS

A entrevista é, igual que nos medios de comunicación convencionais, un dos xéneros máis difíciles de reinventar en Internet. Se seguen o esquema de pregunta-resposta, convértense en textos

longos nos que é difícil establecer bloques de división textual. Se se trata de elaboracións narrativas dos xornalistas, a descomposición en bloques pode caer na tentación de responder máis a unha estrutura de noticia que á propia das entrevistas.

A propia diversidade tipolóxica do xénero entrevista, que provoca que xunto coa reportaxe sexa un dos xéneros xornalísticos máis creativos, ofrece a posibilidade de crear textos innovadores no medio electrónico.

O primeiro aspecto que debemos ter en conta é a interesante posibilidade de realizar entrevistas multimedia. Ao se tratar dun xénero informativo que adoita tomar unha única fonte, a semanticidade non se restrinxe unicamente a unha transcripción e posterior elaboración, senón que a linguaxe xestual, a entoación e a propia construción das frases pode proporcionar algo novo sobre as fontes. Isto non era posíbel na prensa; e na televisión, por exemplo, a reflexión e construción posterior do xornalista da entrevista estaba moi limitada pola propia natureza visual do texto.

Pódense crear distintas capas de información nunha entrevista. No bloque textual sitúase a información que ofrezca a fonte contextualizada no seu contorno (situación profesional, situación persoal, punto de vista sobre un acontecemento puntual polo que é entrevistado, etc.), acompañado de ligazóns a distintos bloques en que o usuario afonda en cada un destes ítems.

Tamén é posíbel establecer unha entrada elaborada que contextualice o entrevistado segundo os ítems expresados anteriormente e a partir dela desviar cara aos distintos bloques elaborados a partir do dito pola fonte. Ofrecer unha boa cantidade de información adicional sobre o personaxe sempre enriquece o texto principal. É posíbel que este fale sobre aspectos que poidan ser descoñecidos pola audiencia e incluso se poden crear hipervínculos para páxinas web que falen sobre os temas que trate o entrevistado.

O emprego de destacados

Os destacados en prensa son frases curtas pronunciadas pola fonte que o xornalista realza tipográfica e espacialmente como

aquelas máis relevantes pronunciadas pola fonte. Un papel similar cumpren os cortes na televisión e na radio.

Emporiso, nunha entrevista nun medio electrónico o emprego de destacados tan longos coma os que adoitan ser habituais na prensa pode resultar lixeiramente sobrecargado. Pero pódense empregar como titulares de cada un dos bloques de información que se lle proporcionaran ao usuario. Así mesmo, é interesante realizar destacados no audio e en vídeo, sempre acompañados dun sumario que lle permita coñecer previamente ao usuario qué está a punto de activar.

Facer partícipe ao lector

O xornalista non só é mediador, senón tamén mensaxeiro. Se existe unha planificación previa de entrevistas, o usuario pode estar interesado en coñecer os puntos de vista do entrevistado sobre determinadas cuestións. O redactor pode anunciar a entrevista e colocar un formulario onde o lector faga as súas preguntas. O xornalista ordenará tematicamente estas preguntas para formularlas ao entrevistado.

Convén, non obstante, diferenciar aquelas partes de autoría do redactor e aquelas que son dos lectores dentro dunha entrevista. Isto pódese facer a través de recursos coma títulos ou páxinas propias. Debería incluírse tamén o nome e a procedencia do usuario que formula a pregunta.

XÉNEROS AUDIOVISUAIS

Unha das principais características de Internet é o seu espazo para almacenaxe, case ilimitado. Nunca até agora existía tal cantidade de espazo universal para incluír información. Até esta nova revolución tecnolóxica, o xornal estivo limitado no espazo e a televisión e a radio no tempo. En Internet non ocorre isto. No entanto, os condicionamentos técnicos impiden polo de agora optimizar todos os recursos. O problema no tempo de descargas, que se traduce en custos engadidos para o usuario, e a incompatibilidade entre os distintos navegadores fan que en moitas ocasións o deseño estea demasiado condicionado pola técnica. Poñamos un exemplo:

un dos mellores recursos para establecer contidos nunha soa páxina son as capas despregábeis, realizadas con *java*, ou se se quere con *flash*. É dicir, con tan só poñer o punteiro do rato sobre unha palabra desprégase un menú con múltiples posibilidades, o que permite establecer ducias de ligazóns sen entorpecer o deseño e a información da páxina. Con todo, estas decisións de programación están supeditadas ás últimas versións dos navegadores.

Como soporte multimedia que é, Internet permite a creación de todo tipo de contidos, desde a ficción até a información cos seus respectivos xéneros.

Non obstante, na maioría dos casos é preciso adaptar as linguaxes, tanto a televisiva, como a radiofónica ou mesmo a de texto escrito, para lograr sacarlle o máximo rendemento ao produto multimedia.

O uso que se fai de Internet pode interpretarse de dúas formas: ben como base de datos, ben como fluxo constante de información, que é o que aquí nos interesa.

Internet, en principio, non ofrece ningunha limitación no referido á transmisión de contidos. É dicir, aínda que non sexa o habitual, non existe ningún impedimento para transmitir unha película ou un documental de media hora a través da rede. É máis, xa existen casos coma o famoso escándalo da emisión a través da rede da última película da *Guerra das Galaxias*. Emporiso, ben é certo que a calidade de visionado e o tempo de descarga fan que este tipo de contidos non sexa habitual.

Polo tanto, estase a desaproveitar un dos recursos máis importantes da rede: a globalización. Grazas a Internet, no caso de que un produtor independente de documentais quixese distribuír o seu produto por todo o mundo, non tería máis que publicitalo nos distintos buscadores ou ben onde considerase oportuno e calquera persoa do mundo podería velo ou mesmo mercalo. Polo tanto, evitariáanse todas as tramas de distribución que existen na actualidade no mundo da televisión e do cinema. No entanto, insistindo de novo, non se aproxima, nin de lonxe, á calidade *broadcasting* á que xa estamos acostumbrados desde hai anos.

Agora ben, namentres o mundo da televisión evoluciona máis ou menos lento, o mundo da radiodifusión está moito máis avanzado. Grazas ás tecnoloxías de "Real" e "Media player", e sobre todo á compresión MP3 xa non existen aqueles problemas de capacidade do .wav ou do .midi. O principal problema que existía era o gran tamaño dos arquivos de son, que obrigaban ao usuario a interminábeis esperas. Agora, con tan só un *plugin*, que as novas versións dos navegadores xa traen de serie, o usuario pode escoitar sen maiores problemas unha emisora de radio.

Como se pode observar, Internet supuxo unha revolución no que á transmisión e á distribución se refire. Malia que non alcanzamos aínda as cotas de calidade da televisión ou da radio dixital, os últimos avances fan pensar que en pouco tempo xa se poderá transmitir televisión e radio sen ningún tipo de dificultade. Pero o principal problema está nos contidos. Internet é un bo vehículo de transmisión para contidos xa elaborados ou construídos cunha linguaxe xa establecida, como pode ser por exemplo a cinematográfica ou a radiofónica ou mesmo de texto. Non obstante, Internet, entendido como soporte de comunicación, debe establecer xa unhas pautas de linguaxe para a produción de contidos específicos. É exactamente o mesmo proceso que sufriu o cinema nos seus albores. Foi toda unha revolución o uso por primeira vez do plano curto ou do plano americano, pero a utilización case exclusiva que fixo Carl Dreyer do primeirísimo primeiro plano na súa obra mestra *Pasión de Juana de Arco* case o leva á excomunión por herexe.

Por suposto, non se trata de volver aos tempos da Inquisición, pero está claro que a linguaxe multimedia precisa dunha linguaxe propia.

Unha linguaxe que, por outra parte, necesariamente precisa basearse nas xa coñecidas pero que precisan ser adaptadas. Ben é certo que a teoría do hipertexto, xa por si mesma, supuxo unha revolución, pois permitiu a lectura en parello e non consecutiva. Non obstante, non soluciona a converxencia de soportes, que si permite a tecnoloxía.

Está claro que son moitas as ocasións en que un texto informativo precisaría dunha declaración radiofónica ou dunhas imaxes de televisión, ou á inversa. Grazas a Internet isto xa é posíbel.

Internet é un medio áxil. Ademais, ten a gran virtude de adaptar produtos doutros soportes. É dicir, o proceso de gravación dun son ou dunha imaxe para a radio ou para a televisión é exactamente idéntico ao de gravación para a rede. A única diferenza está en que namentres o son ou a imaxe se emite a través dos medios convencionais, ese mesmo produto ten que ser introducido nun servidor, se falamos de Internet. O tempo é exactamente o mesmo. Polo tanto todo parece indicar que Internet é un medio o suficientemente áxil para atreverse coa comunicación en directo. Ademais, cunha nova linguaxe de navegación, a que puidera xurdir coa UMTS, é posíbel producir contidos nun teléfono móbil e envialos directamente a un servidor. Polo tanto, non sería necesario ter nin tan sequera un ordenador no lugar dos feitos para lograr transmitir.

Agora ben, de momento, a transmisión en directo, tanto de radio como de televisión, ten importantes problemas técnicos, especialmente no que ao audiovisual se refire. Dependendo da velocidade de transmisión de datos, a pantalla de visualización pode ser sensibelmente pequena e son frecuentes as interrupcións, normalmente debidas a erros na conexión telefónica ou de rede. Está claro, no entanto, que estes problemas na transmisión estanse a solucionar a velocidade de vertixe.

É por iso que a maior parte dos contidos que se emiten por televisión (en menor medida por radio xa que a calidade de transmisión é, por norma, moi aceptábel) son breves produtos, de poucos minutos de duración. Falamos pois de cortes e declaracións informativas, do mesmo xeito que os vinte segundos de declaración en calquera informativo de radio ou televisión. Polo tanto parece que isto non supón ningún avance con respecto ao que xa temos. A única excepción é que se pode escoitar tantas veces como o usuario o considere oportuno e en calquera momento do día ou da noite.

BIBLIOGRAFÍA

Giner, J. A. e Sussman, B. (1999): *Innovations in newspapers*. World Association of Newspapers, Zürich.

Landow, G. P. (1997): *Teoría del hipertexto*. Paidós, Barcelona.

Martínez Albertos, J. L. (1998): *Curso general de redacci3n periodística*. Paraninfo, Madrid.

Murray, H. (1999): *Hamlet en la holocubierta: el futuro de la narrativa en el ciberespacio*. Paidós, Barcelona.

Rich, Carole (1998): *Newswriting for the web*. [Manual publicado na URL: <http://members.aol.com/crich13/poynterstudy.html>].

COLECCIÓN **B A S E**



9 788495 415936

Das miradas actuais sobre as Ciencias da Comunicación, a do espazo da lusofonía ten trazos propios cunha identidade moi definida. A comunidade formada polos pobos de fala portuguesa, con Galicia como país ponte, cun pé no mundo lusófono e outro no mundo hispano, reflexionou nos últimos vinte anos sobre as principais cuestións do tecido comunicativo. E non só debateu, analizou e propuxo, senón que fixo achegas que contribuíron ao avance científico.

A cooperación entre Galicia e Portugal no campo da comunicación só pode resultar beneficiosa para as dúas partes. Hai moitos desafíos e tarefas que realizar. E a Sección de Comunicación do Consello da Cultura Galega quere favorecer esa cooperación e esas accións concretas que permitan acometer os retos que deben afrontar os dous países no eido da comunicación. A Comunicación e a Cultura tamén hai que pensalas e repensalas desde a lusofonía, un proxecto común no que Galicia e Portugal teñen moito que dicir.



**CONSELLO
DA CULTURA
GALEGA**

SECCIÓN DE COMUNICACIÓN