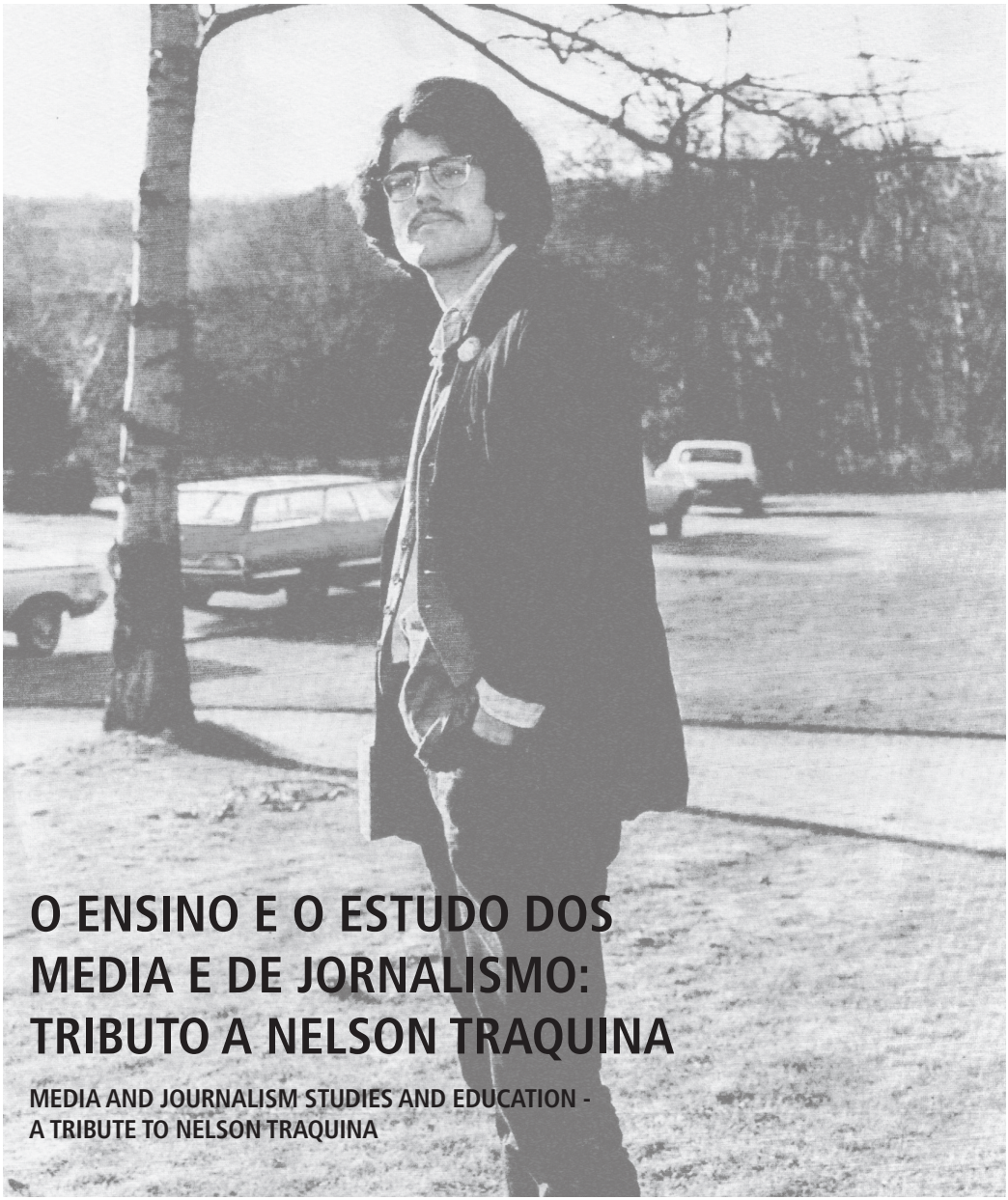
Media&Jornalismo

N.º 37 VOL. 20, N.º 2 - 2020
INSTITUTO DE COMUNICAÇÃO DA NOVA - ICNOVA

IMPRENSA DA UNIVERSIDADE DE COIMBRA
COIMBRA UNIVERSITY PRESS



O ENSINO E O ESTUDO DOS MEDIA E DE JORNALISMO: TRIBUTO A NELSON TRAQUINA

MEDIA AND JOURNALISM STUDIES AND EDUCATION - A TRIBUTE TO NELSON TRAQUINA

ORGANIZAÇÃO EDITORIAL: MARISA TORRES DA SILVA, CARLA BAPTISTA E FRANCISCO RUI CÁDIMA

(Página deixada propositadamente em branco)

Media&Jornalismo

O ENSINO E O ESTUDO DOS MEDIA E DE JORNALISMO – TRIBUTO A NELSON TRAQUINA

MEDIA AND JOURNALISM STUDIES AND EDUCATION - A TRIBUTE TO NELSON TRAQUINA

ORGANIZAÇÃO EDITORIAL
MARISA TORRES DA SILVA, CARLA BAPTISTA
FRANCISCO RUI CÁDIMA

Nº 37, Vol. 20, Nº 2 – 2020

ICNOVA – Instituto de Comunicação da NOVA

FICHA EDITORIAL

MEDIA&JORNALISMO
UMA REVISTA DO INSTITUTO DE COMUNICAÇÃO DA NOVA – ICNOVA

ICNOVA
Faculdade de Ciências Sociais e Humanas
Universidade Nova de Lisboa
Av.de Berna, 26 C • 1069-061 Lisboa • Portugal
T.: (+ 351) 918 832 058 • E.: icnova@fcsh.unl.pt • W.: icnova.fcsh.unl.pt

N.º 37, VOL.º 20, N.º 2 – 2020

Título: O ensino e o estudo dos media e de jornalismo – tributo a Nelson Traquina
Diretor: Francisco Rui Cádima
Diretoras adjuntas: Carla Baptista e Marisa Torres da Silva
Organização: Marisa Torres da Silva, Carla Baptista, Francisco Rui Cádima
Gestão da Revista Media & Jornalismo: Patrícia Contreiras
Fotografia da Capa: Prof. Nelson Traquina cedida pelo seu irmão, Perry Traquina

Edição: Imprensa da Universidade de Coimbra
Morada: Rua da Ilha, 1, 3000-214 Coimbra, Portugal
Telefone: 239 247 170
Email: imprensa@uc.pt
URL: http://www.uc.pt/imprensa_uc

Capa e Paginação: Mickael Silva

Periodicidade: Semestral
ISSN: 1645-5681
ISSN digital: 2183-5462
DOI: https://doi.org/10.14195/2183-5462_37
Depósito Legal: 186314/02
Nº de Registo ERC: 124296

Revista online disponível em URL: http://impactum-journals.uc.pt/mj/issue/archive
e http://www.icnova.fcsh.unl.pt/revista-media-jornalismo/

@2020 Imprensa da Universidade de Coimbra
Todos os direitos reservados

Este trabalho é financiado por Fundos Nacionais através da FCT - Fundação para a Ciência e a Tecnologia no âmbito do projecto Refª: UIDB/05021/2020

Índice/Index

Apresentação
O ensino e o estudo dos media e de jornalismo – tributo a Nelson Traquina
Marisa Torres da Silva, Carla Baptista e Francisco Rui Cádima 5

ARTIGOS

The revolution in news that nobody named
Michael Schudson 19

O impacto da obra de Nelson Traquina nos Estudos em Jornalismo do Brasil: estudo sincrônico e diacrônico a partir de anais de eventos científicos nacionais
Eduardo Meditsch e Guilherme Guerreiro Neto 29

O legado de Nelson Traquina no estudo dos media e do jornalismo
Cristina Ponte 45

A noticiabilidade fotográfica do Sidonismo: uma leitura da Ilustração Portuguesa (1917-1918) com base na proposta de Nelson Traquina sobre valores-notícia
Jorge Pedro Sousa, Helena Lima e Fátima Lopes Cardoso 59

Noticias de la diáspora. Aproximación a la prensa inmigrante portuguesa em Estados Unidos entre 1910 y 1929
Alberto Pena Rodríguez e Maria Érica de Oliveira Lima 97

Vida Mundial Ilustrada e a rádio
Rogério Santos 111

A televisão no Portugal pós-revolucionário: instrumentalização, desregulação, demissão do Estado e debilitação do sector dos media
Francisco Rui Cádima 131

As entrevistas televisivas
Adriano Duarte Rodrigues 143

Big Show Cristina Ferreira: emoção e entretenimento na televisão popular portuguesa
Carla Baptista, Marisa Torres da Silva e Allan Herrison Ferreira 165

A cobertura televisiva da pandemia de Covid-19 em Portugal: um estudo exploratório
Ana Cabrera, Carla Martins e Isabel Ferin da Cunha 185

"O que é jornalismo?" - Perceções de estudantes de jornalismo no século XXI
Anabela Sousa Lopes, Maria José Mata e Cláudia Vasconcelos Silvestre 205

Populismo em Portugal: o factor media
Estrela Serrano 221

RECENSÃO

Projectar a Ordem. Cinema do Povo e Propaganda Salazarista – 1935-1954. Maria do Carmo Piçarra (2020). Caxias: Os Pássaros. 420 págs.
Francisco Rui Cádima 243

O ensino e o estudo dos media e de jornalismo: tributo a Nelson Traquina

Media and journalism studies and education - a tribute to Nelson Traquina

https://doi.org/10.14195/2183-5462_37_0

Marisa Torres da Silva
Universidade NOVA de Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas
Instituto de Comunicação da NOVA – ICNOVA
marisatorresilva@fcsh.unl.pt

Carla Baptista
Universidade NOVA de Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas
Instituto de Comunicação da NOVA – ICNOVA
carla.baptista@fcsh.unl.pt

Francisco Rui Cádima
Universidade NOVA de Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas
Instituto de Comunicação da NOVA – ICNOVA
frcadima@fcsh.unl.pt

Este número especial da revista *Media & Jornalismo* é dedicado ao Professor Nelson Traquina que, em 2002, a fundou e dirigiu. Trata-se de um tributo sincero e um registo da nossa imensa gratidão intelectual e humana, procurando fazer jus ao seu enorme, rico e inovador legado.

Nelson Traquina morreu no dia 26 de setembro de 2019, poucos dias depois de completar 71 anos. Deixou para todos nós uma extraordinária obra para pensar os media e o jornalismo, que atravessou fronteiras e que certamente manterá a sua pertinência no futuro. Deixa também a memória viva de um homem profundamente afetuoso, amigo, inspirador, apaixonado pelo jornalismo, a quem tantos devem a sua formação profissional e académica.

Nascido a 17 de setembro de 1948, nos Estados Unidos, em Chicopee, Massachusetts – estado norte-americano que muito orgulhosamente descrevia como um dos poucos a não dar a vitória a Richard Nixon nas presidenciais de 1972 – era filho de Engrácia Nogueira Tereso e José Marques Traquina, imigrantes açorianos, com quem manteve uma forte ligação afetiva ao longo da vida. Fez licenciatura e mestrado em Política Internacional nos Estados Unidos, mas foi em França que obteve a licenciatura em Ciências da Informação, no Institut Français de Presse, além do Diplome d'Études Superieures Specialisées (D.E.E.S.) em Comunicação Política e Social na Universidade de Paris I e, em 1980, o doutoramento em Sociologia pela Universidade de Paris V – René Descartes. Esta formação diversificada, dos dois lados do Atlântico,

cunhou de modo determinante a construção de um olhar singular sobre os campos mediático e jornalístico.

Chegou a Portugal em outubro de 1974, como correspondente da United Press International, experiência que anos depois procurou manter viva nas suas aulas de Produção Jornalística, onde centenas daqueles que hoje preenchem as redações portuguesas aprenderam a evitar o "lead diz nada" e as "frases Sibéria". Esta passagem pelo jornalismo internacional teve influência no objeto escolhido para a sua tese de doutoramento, centrada na importância das agências noticiosas internacionais.

Em 1982, foi convidado a dar aulas na licenciatura em Comunicação Social da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas (FCSH) na Universidade NOVA de Lisboa e, poucos anos depois, leciona no primeiro curso de Mestrado em Comunicação Social na mesma universidade, orientando a área de especialização em Estudos dos Media e de Jornalismo. Os primeiros alunos recordam-no sempre carregado de papéis que distribuía generosamente. Eram cópias de textos de investigadores desconhecidos em Portugal, a maioria norte-americanos, mas também latino-americanos, que nos abriram um admirável mundo novo de questões sobre os media, o jornalismo, a política e a sociedade. É a partir da sua entrada na NOVA FCSH que Traquina se torna uma referência incontornável, não apenas na formação de jovens jornalistas, mas também na consolidação dos estudos jornalísticos em Portugal, área disciplinar até então incipiente ou, diríamos até, inexistente no país.

Em 1996, ascende a professor catedrático e, um ano depois, funda o Centro de Investigação Media e Jornalismo (CIMJ). Apesar de sediado na FCSH, foi idealizado por Traquina como um centro interuniversitário que reunia investigadores, docentes e alunos de mestrado e doutoramento de várias instituições, mas também profissionais de órgãos de comunicação social (Cunha, 2012, pp. 3-4). Criar um centro que conjugasse diferentes experiências profissionais e académicas, com o objetivo de fomentar a investigação científica e contribuir para uma compreensão aprofundada de temas relacionados com os media e o jornalismo, foi à data algo de absolutamente pioneiro e excecional – e, hoje, mesmo sabendo da impossibilidade prática de existência de um centro com características semelhantes no contexto universitário atual, não conseguimos evitar um sentimento nostálgico na lembrança do dinamismo colaborativo, dialogante e reflexivo que pautou os anos de atividade do CIMJ enquanto unidade de investigação interuniversitária.

Os anos 2000 foram particularmente profícuos na atividade do CIMJ, com o surgimento dos primeiros projetos de investigação financiados pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT) mas também pela organização de dois grandes seminários internacionais, onde participaram académicos de vários países com quem Traquina mantinha contactos próximos.

O Seminário Internacional "Media, Jornalismo e Democracia", em março de 2000, na Fundação Calouste Gulbenkian em Lisboa, foi o primeiro momento de reunião entre jornalistas, investigadores portugueses de relevo e académicos estrangeiros que já então eram clássicos para diversas investigações científicas em Portugal, como Philip Schlesinger, Thomas E. Patterson ou Benoît Grevisse. As comunicações apresentadas nesse seminário foram compiladas no livro *Media, Jornalismo e Democracia – Comunicações Apresentadas no Seminário Internacional*, publicado em 2002, pela Livros Horizonte, onde se iniciaria a coleção Media e Jornalismo, um

dos mais importantes veículos de divulgação da investigação realizada por membros do CIMJ (mas não só).

No mesmo ano, funda e dirige, em conjunto com Estrela Serrano e Cristina Ponte, a revista *Media & Jornalismo* – nela se publicarão, nos primeiros anos, trabalhos de confluência entre a pesquisa europeia mais interpretativa e a tradição anglo-saxónica, conciliando abordagens de pendor conceitual e empírico (Correia, 2008), com o objetivo de ser "um espaço promotor de discussão qualificada não só na comunidade académica mas também entre todos os que se interessam pelos media e pelo jornalismo nas sociedades contemporâneas", como refere o Editorial do seu primeiro número.

O lançamento da *Media & Jornalismo* é, na verdade, a expressão do seu interesse pelo debate teórico sobre as grandes questões relacionadas com o campo jornalístico, já muito presente nos dois números temáticos que tinha anteriormente coordenado na *Revista de Comunicação e Linguagens*, em 1988 (*Jornalismos*) e em 2000 (*Jornalismos 2000*). Manteve-se como diretor da *Media & Jornalismo* até 2015, não obstante o seu afastamento da vida académica e universitária em 2011, ano em que se reformou e saiu da direção do CIMJ, tendo regressado aos Estados Unidos.

Nelson Traquina é a maior referência dos estudos dos media e de jornalismo em Portugal. Publicou proficuamente sobre as suas teorias, história, ética, valores e profissionalismo jornalístico, revelando uma profunda consciência sobre as dimensões políticas dos media e do jornalismo e, também, o compromisso com a cidadania e a democracia. Conseguiu, ao mesmo tempo, antecipar algumas das grandes questões da reflexão contemporânea sobre os media, incluindo as tendências disruptivas na informação, particularmente em contexto televisivo. Foi igualmente o organizador de vários livros com textos seminais para pensar os media, o jornalismo e a sociedade.

A antologia *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"* (Veja, 1993) constitui-se, com efeito, como um marco na qualificação dos estudos jornalísticos no país. Foi aqui que, pela primeira vez, aparecem traduzidas peças de referência no âmbito dos estudos de jornalismo a nível internacional e que atualmente tão bem conhecemos, de autores como Gaye Tuchman, Harvey Molotch e Marilyn Lester, Johan Gatung e Mari Holmboe Ruge, Elihu Katz, David Manning White, Warren Breen, Philip Schlesinger, Michael Gurevitch e Jay G. Blumler, Michael Schudson, Daniel C. Hallin e Paolo Mancini, entre outros. A importância deste livro funda-se não apenas no facto de ter disponibilizado a alunos, docentes e investigadores um conjunto de textos fundadores de difícil acesso (Cunha, 2012, pp. 1-2), mas também no impulso dado à teorização contemporânea dos campos jornalístico e mediático, numa reflexão tripartida sobre as *questões* (o que é um acontecimento? O que é são as notícias? O jornalismo é uma profissão? O que significa a objetividade?), as *teorias* (porque é que as notícias são como são?) e as *"estórias"* (que formas narrativas apresentam?). A obra contém um elemento muito presente em vários livros de Traquina: a dedicatória aos alunos, a quem não se esquece de agradecer o estímulo para reflexões fecundas (ou, ainda, em alguns casos, a colaboração concreta no livro em questão). Ao longo da sua trajetória docente e de investigação, manteve a prática generosa de trabalhar e de partilhar os seus méritos com alunos em diversos estádios de formação, desde a licenciatura ao doutoramento.

A importância de Nelson Traquina nos estudos dos media e de jornalismo não se circunscreve, porém, a Portugal – além de diversas publicações em prestigiadas revistas científicas norte-americanas, teve também um forte impacto no Brasil, influencian-

do um grande número de pesquisadores e de professores nesse país, ávidos leitores da sua obra, muito mobilizada até hoje em investigações científicas e em contexto de sala de aula. Em 2001, publica na Unisinos o livro *O estudo do jornalismo no século XX*, onde aborda o conceito de *agenda-setting* e a redescoberta do poder do jornalismo, as teorias do jornalismo, a problemática do HIV/Sida como notícia, o jornalismo cívico ou a necessidade de os cidadãos serem vigilantes em relação ao denominado quarto poder. Anos depois, em 2005, publica em dois volumes as *Teorias do Jornalismo*, na editora Insular, obra encomendada pelo Programa de Pós-Graduação em Jornalismo e Mídia da Universidade Federal de Santa Catarina.

Nelson Traquina marcou de forma indelével a fundamentação teórica dos media e do jornalismo. Os seus contributos são tão diversificados que não cabem nesta apresentação. Exercemos o poder de seleção e de enquadramento daquilo que, a nosso ver, de mais significativo a sua obra representa (em particular no âmbito dos estudos jornalísticos). Consideramos também o modo como os artigos que compõem este número especial trazem olhares adicionais aos caminhos que Traquina traçou dentro do campo de estudos.

A sistematização das diferentes abordagens teóricas para explicar o que é o jornalismo é um dos elementos mais originais do trabalho de Traquina. No capítulo 3 do livro *O que é jornalismo* (Quimera, 2002), o autor desenha o percurso histórico do surgimento do estudo do jornalismo como um campo científico. Ressalvando o facto de o próprio termo "teoria" ser discutível, porque não se trata de um conjunto elaborado e interligado de princípios e proposições (Traquina, 2002, p. 74), e a ideia que as "teorias" do jornalismo não se excluem mutuamente, Nelson Traquina categoriza as diferentes lentes teóricas que tentam responder à questão de saber porque são as notícias como são, com um olhar fortemente marcado pela tradição anglo-saxónica:

- a teoria do espelho, assente na ideologia profissional dos jornalistas legitimada quer pela emergência de um novo jornalismo que emergiu no século XIX, quer pelo surgimento do conceito de objetividade a partir dos anos 20 nos EUA;
- a teoria do *gatekeeper*, que teve como ponto de partida um estudo de caso feito por David Manning White nos anos 50 e que originou uma das "tradições mais persistentes e prolíferas na pesquisa sobre as notícias" (Traquina, 2002, p. 77);
- a teoria organizacional, impulsionada pela pesquisa publicada por Warren Breed na revista científica *Social Forces* e que coloca em evidência a importância dos constrangimentos organizacionais na atividade dos jornalistas, enfatizando também as diferenças de interesse entre os profissionais (*staffers*) e os seus superiores hierárquicos (*executives*);
- as teorias de ação política, onde Traquina enquadra a "versão de esquerda" de Edward S. Herman e de Noam Chomsky na tradição dos chamados *news bias studies*;
- e as teorias construtivistas (que, como o nome indica, perspetiva as notícias como uma construção), em que o investigador distingue a vertente estruturalista (sedimentada na obra clássica *Policing the Crisis*, da autoria de Stuart Hall e de um conjunto de autores enquadrados nos estudos culturais britânicos) e a vertente interacionista, que reflete um conjunto diversificado de pesquisas científicas que têm como foco a rotinização do trabalho jornalístico, a tirania do fator tempo, o jogo noticioso entre jornalistas e fontes e a própria cultura jornalística.

Esta teoria interacionista, representada por autores como Philip Schlesinger, Herbert Gans, Gaye Tuchman, Harvey Molotch e Marilyn Lester ou Michael Gurevitch e Jay G. Blumler, era a que lhe colhia maior entusiasmo nas aulas da disciplina de Teoria da Notícia, claramente pela convergência teórica com os próprios interesses de pesquisa de Traquina – podemos aliás dizer que os seus trabalhos no âmbito dos estudos jornalísticos se enquadram plenamente nos pressupostos partilhados por esta abordagem teórica.

O elenco das diferentes teorias do jornalismo tem a crucial importância de nos permitir perceber não apenas os princípios e o foco de cada uma das lentes teóricas, mas também de as inserir em tradições de pesquisa específicas no contexto da pesquisa em comunicação e, ainda, compreender quais as suas ramificações posteriores. Traquina tinha também a convicção de que era tão necessário entender os pontos de disputa entre as diversas teorias da notícia como também os seus possíveis pontos de consenso, tendo em vista um enquadramento teórico mais sólido na compreensão do jornalismo (Silva, 2004, p. 201).

O próprio livro *O que é jornalismo* pode ser considerado um documento essencial no legado de Traquina, pelo que ainda hoje representa na teorização do campo jornalístico. É uma obra na qual se combinam diferentes vertentes do seu percurso: se por um lado é um manual teórico para a prática jornalística e indispensável para o futuro profissional (Traquina, 2002, p. 11), com os seus conteúdos programáticos muito refletidos na disciplina que Traquina criou e lecionou na FCSH até 2011 (Teoria da Notícia), por outro é também a materialização de um conjunto de reflexões teóricas advindas da sua intensa experiência de investigação. Nele se encontram as temáticas fundamentais para o estudo do jornalismo: a trajetória histórica da evolução do jornalismo em democracia, o seu processo de profissionalização, a construção de uma identidade jornalística e de critérios de noticiabilidade, além das já referidas teorias do jornalismo.

O pioneirismo de Nelson Traquina em criar e insistir na repetição bianual de um seminário internacional intitulado "Media, Jornalismo e Democracia", apenas na sua última edição (2014) acrescentado para "Media, Jornalismo e Democracia na Era Digital", dá bem conta da sua visão de uma experiência democrática e cívica quase inteiramente moldada na e pela relação com os media. Basta olhar para os sucessivos programas desses encontros para constatar como foram integrando os grandes temas da pesquisa interdisciplinar sobre media, sociedade e política: desde os resultados de estudos mais empíricos sobre coberturas jornalísticas de acontecimentos e protagonistas políticos, até ensaios mais teóricos centrados nos impactos da globalização, da digitalização e da "abundância" de informações.

Nelson Traquina promoveu uma agenda de pesquisa que refletia o que desejava para o jornalismo: ser um promotor do diálogo público e da cidadania plena, isto é, diversa, disputada e inclusiva. A crença na capacidade do jornalismo se preservar como um espaço de liberdade e resistência nunca o abandonou, mesmo se assente no ceticismo (e nunca no cinismo) de quem foi observando e escrevendo sobre a diluição do jornalismo noutros discursos e sobre as disrupções que hoje contaminam (ainda mais) o espaço público. Vivendo nos Estados Unidos desde 2011, os jantares partilhados nas visitas regulares a Portugal eram sempre marcados por essa tensão: nós queríamos falar dos males do "Trumpismo", ele queria contar as experiências inovadoras de jornalismo local e cidadão. Essa foi uma preocupação sempre presente, vertida no livro "Jornalismo Cívico" (2003), em co-autoria com Mário Mesquita.

Nessa ocasião, Traquina citou o jornalista David Merritt, um dos fundadores desse movimento através de um jornal ultra periférico chamado *Wichita Eagle*: "a vida pública não vai bem e o jornalismo está em dificuldades."

Traquina olhou para estas tentativas de revitalização da participação democrática com benevolente realismo. Mais do que uma proposta voluntarista de "faça você mesmo", acreditou sempre mais no potencial de uma reflexão que conduzisse a uma transformação das práticas profissionais. Estava disposto a rever "velhas" ideias, como a objetividade jornalística, mas também a recordar o "velho" que existe quase sempre no "novo", como escreveu: "Este 'novo jornalismo' não é inteiramente novo. Partilha preocupações levantadas por John Dewey nos anos 20 e 30 sobre o papel dos *media* em democracia; retira inspiração da teoria de responsabilidade social do jornalismo defendida pela Comissão Hutchins nos anos 40; repercute posições mais recentes de académicos que condenam a teoria libertária do jornalismo como limitada e insuficiente (…). O jornalismo cívico representa uma importante brecha com a busca frenética de notícias, a postura cínica com a vida política, a dependência excessiva nas fontes oficiais, e a desatenção flagrante para com os cidadãos enquanto participantes ativos na vida pública" (Traquina, 2015, p. 303).

Um outro contributo singular na obra de Traquina é a sua concetualização de "tribo jornalística". O autor segue Barbie Zelizer (1993) na proposta de examinar o jornalismo como mais do que uma profissão, identificando os jornalistas como uma "comunidade interpretativa", olhando em particular para a relevância do discurso jornalístico em determinar o que fazem (e como fazem o que fazem) os jornalistas, para os seus contactos informais e para a centralidade da narrativa. Traquina inova ao preferir o conceito de "tribo jornalística", para transmitir mais claramente a forma como os membros desta comunidade interpretativa, ao partilharem uma ideologia profissional e uma cultura jornalística rica em representações, usam uma lógica do concreto no seu trabalho quotidiano. A noção intitula o seu livro de 2004, *A Tribo Jornalística. Uma Comunidade Transnacional*, da Editorial Notícias, e está presente em vários textos da sua autoria.

A hipótese de que os jornalistas constituem uma tribo transnacional, que partilha quadros de referência, normas e valores-notícia comuns independentemente do contexto organizacional ou cultural em que estão enquadrados, é explorada através do estudo da noticiabilidade da Sida em jornais de vários países, incluindo Portugal, onde foram analisados 20 anos de notícias sobre esta problemática. Trata-se de um estudo que decorre de um dos primeiros projetos de investigação na área dos estudos dos media e de jornalismo financiado pela FCT, onde participaram investigadores como Rogério Santos ou Cristina Ponte, fundamental no pioneirismo de uma abordagem comparativa internacional neste campo de estudos.

As conclusões do trabalho empírico de Traquina confirmam a hipótese de que os jornalistas contaram as mesmas "estórias" sobre a Sida, com um claro predomínio das fontes oficiais, explicado enquanto elemento de rotinização do trabalho jornalístico. O artigo de Traquina na prestigiada revista *Journalism: Theory, Practice, and Criticism*[1] é aliás citado na entrada "Interpretive Community" da grandiosa obra *The*

[1] Traquina, N. (2004). Theory consolidation in the study of journalism: A comparative analy-

International Encyclopedia of Journalism Studies, publicada em 2019, como exemplo referencial de investigação científica centrada no modo como as crenças profissionais de quatro comunidades interpretativas favoreceram a orientação para os acontecimentos em detrimento das problemáticas, como mecanismo para fazer face aos constrangimentos do campo jornalístico, nomeadamente o tempo e os recursos disponíveis (Berkowitz, 2019).

Nelson Traquina era muito consciente da riqueza e da multidimensionalidade dos estudos de jornalismo, no que respeita aos seus objetos, temáticas e metodologias, num campo em permanente e rápida mudança – e, por isso mesmo, alertava para os riscos de um fascínio obsessivo pela novidade e pela inovação tecnológica, contrapondo a necessidade de cruzamento de lentes interdisciplinares para apreender as intersecções políticas, económicas e culturais que constituem o jornalismo enquanto instituição social, na senda da proposta de Barbie Zelizer em "tomar o jornalismo a sério" (Traquina, 2006, pp. 55-56). Mas à medida que o lugar dos jornalistas e das instituições mediáticas na vida pública tem vindo a ser desafiado, emerge também a exigência de novas perspectivas analíticas e enquadramentos conceituais que nos permitam apreender as funções sociais do jornalismo na atualidade (Mellado, Georgiou, & Nah, 2020, p. 335). E, quando os próprios conceitos de "jornalismo" e de "jornalista" estão hoje sujeitos a contestação, amplificados por transformações tecnológicas, políticas, sociais e económicas mais vastas, o futuro dos estudos de jornalismo será certamente pautado por uma ainda maior diversificação e multiplicidade de caminhos de pesquisa (Wahl-Jorgensen & Hanitzsch, 2020, p. 7).

Este número especial da *Media & Jornalismo* é, assim, uma forma de agradecimento a Nelson Traquina pelos caminhos desbravados na teorização dos media e do jornalismo, a que se juntam novas rotas de pesquisa, certamente devedoras da sua herança. A construção do número teve como base o contacto com uma larga base de investigadores que partilharam e beneficiaram do seu trabalho e do seu convívio. Com exceção de dois artigos por convite (agradecemos a generosa participação de Michael Schudson e de Adriano Duarte Rodrigues), os restantes textos passaram por um processo de revisão cega por pares. Os artigos são por isso assinados por autores que estiveram ligados a Nelson Traquina e com ele partilharam percursos, carreiras, amizades e uma profunda admiração e saudade.

Os dois primeiros artigos são expressivos do alcance e dos contactos internacionais de Nelson Traquina. O número abre, pois, com um texto de Michael Schudson, reputado sociólogo e historiador do jornalismo, cujos trabalhos, como por exemplo a perspetiva histórica que propôs para o surgimento do conceito de objetividade enquanto "norma moral" no contexto norte-americano, eram muito mobilizados e admirados por Nelson Traquina. Intitulado "The revolution in news that nobody named", o ensaio visa compreender o contexto e as causas de uma revolução no jornalismo que, a seu ver, ainda não foi suficientemente identificada – a transformação que antecedeu a revolução digital na década de 1990 e que se traduziu na passagem de um modelo mais estenográfico (que denomina como objetividade ou profissiona-

---

sis of the news coverage of the HIV/AIDS issue in four countries. *Journalism: Theory, Practice, and Criticism, 5*(1), 97–116.

lismo 1.0) para um jornalismo mais rico, contextual e crítico (profissionalismo 2.0), a partir dos anos 70, nos Estados Unidos. Schudson argumenta que a objetividade 3.0 (que, para ele, estará a caminho) poderá trazer empatia e honestidade ao jornalismo, não esquecendo as bases factuais e analíticas presentes nos dois modelos anteriores da profissão.

O artigo de Eduardo Meditsch e de Guilherme Neto evidencia o impacto da obra de Traquina nos estudos de jornalismo no Brasil ao longo de duas décadas, partindo de um levantamento bibliométrico de trabalhos apresentados em congressos de jornalismo e comunicação no país. Os resultados obtidos demonstram a consistência da elevada projeção do trabalho de Traquina na pesquisa brasileira em jornalismo, quer enquanto introdutor de autores internacionais na língua portuguesa (através de coletâneas como *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*), quer enquanto autor, cujo impacto é ainda mais significativo nos dados de 2019.

Olhando para o contexto nacional, no artigo "O legado de Nelson Traquina no estudo dos media e do jornalismo", Cristina Ponte reflete sobre o seu contributo enquanto docente e investigador, tendo presentes os tempos de transição ao longo de três décadas na Universidade Nova de Lisboa. A autora recorda os seus anos de vida académica e identifica também as lentes mais presentes na investigação de Traquina sobre o jornalismo (Sociologia e Ciência Política), mobilizando a sistematização de Zelizer (1994) sobre as perspetivas disciplinares que têm pautado os estudos de jornalismo. Assinala, por fim, questões para uma agenda de pesquisa em media e jornalismo no atual contexto digital.

O próximo conjunto de textos reflete sobretudo a lente da História no estudo do jornalismo, tendo em conta contributos de Traquina neste e noutros âmbitos. Assim, Jorge Pedro Sousa, Helena Lima e Fátima Lopes Cardoso partem da proposta de Nelson Traquina sobre os valores-notícia (2002) e analisam de que forma o discurso fotográfico sobre o Sidonismo na revista *Ilustração Portuguesa* (1917-1918) se relaciona com os critérios de noticiabilidade por ele categorizados. Os autores concluem que a notoriedade foi o valor-notícia que mais orientou a seleção fotonoticiosa da narrativa fotojornalística desta revista e, também, que as fotografias publicadas contribuíram para o engrandecimento simbólico do regime de Sidónio Pais.

Já Alberto Pena Rodríguez e Maria Érica de Oliveira Lima dedicam-se à análise da imprensa portuguesa nos Estados Unidos entre 1910 e 1929, cujas publicações, fundadas por imigrantes (sobretudo dos Açores), se consolidaram como importantes meios de informação e de instrução, fomentando o sentimento de pertença. O ponto de partida foi o próprio percurso biográfico de Traquina, enquanto filho de imigrantes portugueses nos Estados Unidos, mas também a sua relevância enquanto pesquisador de referência sobre as dinâmicas mediáticas e jornalísticas. Articulando igualmente a história com os estudos de jornalismo e utilizando, entre outras perspetivas teóricas, o conceito de agendamento e a relação entre problemática e acontecimento (Traquina, 2000, 2002), o artigo de Rogério Santos analisa as peças noticiosas sobre rádio saídas na revista *Vida Mundial Ilustrada*(1941-1946).

Também numa vertente histórica, mas centrando o olhar no contexto televisivo, presente no conjunto seguinte de artigos, Francisco Rui Cádima analisa o período da abertura da televisão à iniciativa privada em Portugal, à luz dos estudos sobre media

e televisão de Nelson Traquina. Entre outras conclusões, o autor destaca o alerta de Traquina em relação à política de "desregulamentação selvagem" do início dos anos 90 (e cujos efeitos ainda hoje são sentidos), com consequências muito negativas na televisão portuguesa na era da concorrência, ao mesmo tempo que retirou ao serviço público a capacidade de defender a qualidade e a diversidade da sua programação. Adriano Duarte Rodrigues, fundador do curso de Comunicação Social da Nova em 1980, colega de Nelson Traquina e autor do seminal texto "O acontecimento", publicado na *Revista de Comunicação & Linguagens* em 1988 (no número dedicado aos "Jornalismos"), procura mostrar no seu artigo o modo como o ambiente constituído pelo funcionamento do dispositivo televisivo tem impacto nas normas usadas nas atividades interacionais realizadas nas entrevistas televisivas.

Num programa em que o género entrevista cria sinergias estratégicas, dentro da política de programação da SIC, entre entretenimento e informação, o talk show diário Programa da Cristina foi o estudo de caso escolhido por Carla Baptista, Marisa Torres da Silva e Allan Herrison Ferreira para uma análise da narrativa televisiva popular contemporânea. O artigo recupera as continuidades históricas com as linhas de força apresentadas no livro *Big Show Media* (1997) de Nelson Traquina, no que diz respeito à desregulamentação da atividade televisiva em Portugal e também à emergência de um novo estilo televisivo assente em critérios de rentabilização e hibridez de formatos. Numa análise temática de uma semana do programa, em pleno período de confinamento originado pela crise pandémica da Covid-19, os autores situam o êxito deste *talk show* num contexto de reativação de um formato antigo de televisão popular num enquadramento social, político e mediático complexo, procurando ainda complementar a sua abordagem com uma perspetiva de género e com um estudo das redes sociais associadas ao programa e ao perfil de Cristina Ferreira.

O papel da televisão na pandemia de Covid-19 é igualmente o pano de fundo do artigo de Ana Cabrera, Carla Martins e Isabel Ferin Cunha, que propõem uma análise da cobertura jornalística desta crise de saúde pública em Portugal, examinando mais de 300 peças noticiosas dos três canais de televisão generalistas entre os dias 2 e 18 de março de 2020. Nele mobilizam os estudos de Traquina sobre as teorias da notícia e as pesquisas de HIV/Sida realizados pelo autor em conjunto com outros colaboradores. Os resultados obtidos, de carácter exploratório, indicam, entre outros aspetos, a adesão aos definidores primários da informação, que definem a agenda jornalística e enquadram a problemática.

Os dois últimos artigos deste número especial são devedores do contributo de Nelson Traquina quer no ensino e no estudo do jornalismo, quer na reflexão sobre os desafios que atualmente se colocam à comunicação política mediatizada. Anabela de Sousa Lopes, Cláudia Silvestre e Maria José Mata discutem os resultados de uma pesquisa que teve como objetivo captar as perceções estudantes de licenciatura e mestrado em jornalismo da Escola Superior de Comunicação Social, sobre tópicos fundamentais que sustentam as respostas à pergunta que intitula uma das mais conhecidas obras de Traquina: O que é jornalismo? Face ao desfasamento encontrado entre perceções muito negativas sobre o jornalismo atual e expectativas em relação ao que ele deveria ser, as autoras lançam algumas questões sobre o papel das instituições de ensino no processo formativo.

No artigo de fecho deste *special issue*, Estrela Serrano, figura próxima de Nelson Traquina e sua sucessora na direção do CIMJ, propõe-se a identificar, numa abordagem qualitativa, as marcas de populismo (enquanto expressão do conteúdo e do estilo de comunicação política) nos discursos e declarações de André Ventura (do partido da nova direita radical Chega) que mereceram referência nas edições online de media tradicionais, a propósito de quatro acontecimentos amplamente mediatizados entre 2019 e 2020. A autora reflete também sobre o modo como o "fator media" contribui para legitimar lideranças personalizadas e populistas.

Os textos são reveladores não apenas da proximidade científica aos diversos temas que abordou ao longo da vida, mas sobretudo da relevância do seu trabalho na atualidade e nas apropriações que inspirou em tantos académicos, sobretudo no Brasil, como fica claro no artigo apresentado por Eduardo Meditsch e Guilherme Ferreira Neto. Os leitores encontram contributos ricos que atravessam as dimensões principais da carreira académica e investigativa de Nelson Traquina: o jornalismo, os estudos visuais, a investigação em estudos dos media, os efeitos do entretenimento e a desregulação progressiva do mercado televisivo, a história dos media (imprensa e rádio) e as transformações na comunicação política e no espaço público. O nosso comovido agradecimento aos autores e amigos que tão prontamente acederam a colaborar neste número, diríamos, "especialíssimo", e ainda assim tão parco em relação à figura do homem que o inspirou. Obrigada, Nelson Traquina.

Referências bibliográficas

Berkowitz, D. (2019). Interpretive Community. In T. P. Vos, & F. Hanusch (Eds.), *The International Encyclopedia of Journalism Studies*. New Jersey: Wiley. doi: 10.1002/9781118841570.iejs0024

Correia, J. C. (2008). Os estudos jornalísticos em Portugal: 30 anos de história. In J. P. Sousa, *História, Teoria e Metodologia da Pesquisa*. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa.

Cunha, I. F. (2012). Prefácio. In I. F. Cunha, A. Cabrera, & J. P. Sousa (Orgs.), *Pesquisa em Media e Jornalismo - Homenagem a Nelson Traquina* (pp. 1-9). Covilhã: Livros Labcom.

Mellado, C., Georgiou, M., & Nah, S. (2020). Advancing Journalism and Communication Research: New Concepts, Theories, and Pathways. *Journalism & Mass Communication Quarterly, 97*(2), 333-341. doi: 10.1177/1077699020917204

Silva, G. (2004). Da Necessidade dos Estudos de Jornalismo. *Estudos em Jornalismo e Mídia, 1*(2), 199-207. doi:10.5007/%25x

Traquina, N. (2015). Jornalismo cívico. In A. T. Peixinho, C. Camponez, I. N. Vargues, & J. J. Figueira (Orgs.), *20 anos de Jornalismo contra a Indiferença* (pp. 293-306). Coimbra: Imprensa Universidade de Coimbra.

Traquina, N. (2006). New (and old) trends in journalism research. *Brazilian Journalism Research, 2*(1), 56-65. doi:10.25200/BJR.v2n1.2006.67

Traquina, N., & Mesquita, M. (2003). *Jornalismo Cívico*. Lisboa: Livros Horizonte.

Traquina, N. (2002). *O que é jornalismo.* Lisboa: Quimera.

Wahl-Jorgensen, K., & Hanitzsch, T. (2020). Journalism Studies Developments, Challenges, and Future Directions. In K. Wahl-Jorgensen, & T. Hanitzsch (Eds.), *The Handbook of Journalism Studies* (pp. 3-20). New York & London: Routledge.

Notas biográficas

Marisa Torres da Silva é Professora Auxiliar do Departamento de Ciências da Comunicação da NOVA FCSH. É investigadora do ICNOVA – Instituto de Comunicação da NOVA e é sub-diretora da revista *Media & Jornalismo*.

Ciência ID: E811-91FA-DC5E

ORCID iD:0000-0003-1136-4232

Scopus Author ID: 56431105300

Email: marisatorresilva@fcsh.unl.pt

Morada institucional: Universidade Nova de Lisboa, Instituto de Comunicação da NOVA, Av. de Berna, 26-C – Lisboa 069-061, Portugal

Carla Baptista é Professora Associada do Departamento de Ciências da Comunicação da NOVA FCSH. Coordena o GI media e Jornalismo do ICNOVA – Instituto de Comunicação da NOVA e é sub-diretora da revista *Media & Jornalismo*.

Ciência ID: FF1B-13F5-CE58

ORCID iD: 0000-0002-8188-3567

Scopus Author ID: 57189266192

Email: carla.baptista@fcsh.unl.pt

Morada institucional: Universidade Nova de Lisboa, Instituto de Comunicação da NOVA, Av. de Berna, 26-C – Lisboa 069-061, Portugal

Francisco Rui Cádima é Professor Catedrático do Departamento de Ciências da Comunicação da NOVA FCSH. É investigador Responsável do ICNOVA – Instituto de Comunicação da NOVA e é diretor da revista *Media & Jornalismo*.

Ciência ID: 231F-D7BA-F635

ORCID iD: 0000-0002-5449-8831

Scopus Author ID: 57063529500

Email: frcadima@fcsh.unl.pt

Morada institucional: Universidade Nova de Lisboa, Instituto de Comunicação da NOVA, Av. de Berna, 26-C – Lisboa 069-061, Portugal

(Página deixada propositadamente em branco)

Artigos | Articles

(Página deixada propositadamente em branco)

The Revolution in News That Nobody Named[1]

A Revolução nas Notícias que ninguém nomeou

https://doi.org/10.14195/2183-5462_37_1

Michael Schudson
Columbia Journalism School
Ms3035@columbia.edu

Abstract

In 2020, both popular and academic discussions of journalism in the United States - and elsewhere in the world where journalism has been significantly influenced by the US model - have assumed that "objectivity" is the journalist's guiding ideal. That assumption is not well founded. Along with Katherine Fink (2014) I have argued that in the US there was a dramatic transformation in news practice and news ideals beginning in the late 1960s and taking on an enduring place in journalism in the 1970s. Where in the 1950s and 1960s the "objectivity" model describes some 90% of front--page news stories in leading US newspapers, by the late 1970s it described only 40-50% of stories, the others better labeled "contextual" or "analytical" journalism. Others have made similar points about US journalism and still others have found comparable changes in various European journalisms.

Why have journalists and historians of journalism not understood this? How can we better grasp this transformation of modern professionalism from Professionalism 1.0 to Professionalism 2.0 - a powerful revolution that preceded the digital revolution? This essay seeks to explore these questions.

Keywords

objectivity; professionalism; US journalism

Resumo

Em 2020, os debates correntes e académicos sobre o jornalismo nos Estados Unidos - e nos países em que foi significativamente influenciado pelo modelo norte--americano - assumiram que a "objetividade" é o ideal que orienta a atividade do jornalista. Mas essa assunção carece de fundamentação. No trabalho conjunto com Katherine Fink (2004), defendi que nos Estados Unidos ocorreu uma transformação dramática nas práticas e ideais jornalísticos, que teve início no final dos anos 60 e que se consolidou a partir da década de 1970. Se nos anos 50 e 60 o modelo da "objetividade" é aplicável a cerca de 90% das notícias de primeira página dos principais jornais norte-americanos, no final dos anos 70 adequa-se a apenas 40-50% das notícias, sendo que as restantes peças remetem para o chamado jornalismo "contex-

[1] This essay results from an adaptation of some chapters of the book of Michael Schudson, *Why Journalism Still Matters* (Cambridge, UK: Polity Press, 2018).

tual" ou "analítico". Outros autores chegam à mesma conclusão no que concerne ao jornalismo norte-americano e outros ainda encontram mudanças similares em vários países da Europa.

Por que razão jornalistas e historiadores do jornalismo não identificaram esta mudança? De que forma podemos compreender melhor esta transformação no âmbito do profissionalismo moderno, de um Profissionalismo 1.0 para um Profissionalismo 2.0 - uma revolução poderosa que foi anterior à revolução digital? Este ensaio procura dar resposta a estas questões.

Palavras-chave

objetividade; profissionalismo; jornalismo norte-americano

In 2020, both popular and academic discussions of journalism in the United States assume that "objectivity" as a guiding value of American journalism is still practiced as well as preached. That assumption is not well founded, at least not if one means what counted as "objective" news coverage in the 1950s and 1960s. Katherine Fink and I have argued (2014) that in the US there was a dramatic transformation in news practice and news ideals beginning in the late 1960s that took on an enduring place in journalism in the 1970s. Where in the 1950s and 1960s the "objectivity" model describes some 90% of front-page news stories in leading US newspapers, by the late 1970s it described only 40-50% of stories, with the other half of the stories better labeled "contextual" or "analytical" journalism. Other researchers have made similar points about US journalism and still others have found comparable changes in various European journalisms.

This shift toward a deeper and richer journalism from a more "stenographic" journalism, although abundantly documented, is barely noticed in the most familiar accounts by journalists and historians of journalism history. How can we better grasp this substantial transformation of contemporary professionalism that preceded the digital revolution? That is the question I ponder here.

Virtually all accounts by journalists and historians hold that in the United States news coverage of government, politics, and society opened up in the 1960s and 1970s. But why?

Was it the legacy of historical circumstance? Of the Vietnam War and Watergate and other moments where Americans learned that the highest reaches of national leadership made dangerous and devastating mistakes and could not be trusted? Yes, surely this broad disillusionment mattered. But other disillusionments had not. The way Senator Joseph McCarthy's anti-communist hysteria entrapped journalists in the early 1950s did not transform journalism, nor did President Dwight Eisenhower's lies about the American U-2 spy plane shot down over the Soviet Union in 1960. What made the response to the deceptions of the Kennedy, Johnson, and Nixon administrations over Vietnam different?

Something deeper was at stake. There was a generational change, a broad cultural change and a refashioning of how to understand democracy that all contributed to making the news media a chief agent in the opening up of American society. And I think the incorporation of an understanding of the shift from what we may think of as

Objectivity 1.0 to the more analytically rich Objectivity 2.0 was overtaken by the overwhelming technological transformation of journalism in the digital era. How quickly that came to be seen as the story of our times!

The change in the media's role 1970 to 1990s, before the digital revolution was very far along, before Facebook and Google and YouTube and so much more, was the joint product of several closely connected developments. Government – especially the federal government – grew larger and more engaged in people's everyday lives; the culture of journalism changed and journalists asserted themselves more aggressively than before; and many governmental institutions became less secretive and more attuned to the news media, eager for media attention and approval. As the federal government expanded its reach (in civil rights, economic regulation, environmental responsibility, and social welfare programs like food stamps, Medicare, and Medicaid), as the women's movement proclaimed that "the personal is political," and as stylistic innovation in journalism proved a force of its own, the very concept of "covering politics" changed, too.

News coverage became more probing, more analytical, and more transgressive of conventional lines between public and private, but this recognizes only part of what made a changing journalism. Not only did the news media grow in independence and professionalism and provide a more comprehensive and more critical coverage of powerful institutions, but powerful institutions adapted to a world in which journalists had a more formidable presence than ever before. Of course, politicians had resented the press much earlier in American history – President George Washington complained about how he was portrayed in the newspapers; President Thomas Jefferson encouraged libel prosecutions in the state courts against editors who attacked him and his policies and President Theodore Roosevelt, a pioneer among presidents in manipulating journalists, famously castigated the negative tone of reporters he dubbed "muckrakers" (Levy, 1996, pp. 362-371; Schudson, 1998, p. 70; Goodwin, 2013, pp. 467-496).

Even so, Washington politics was largely an insiders' game. The Washington press corps was more subservient to the whims and wishes of editors and publishers back home than to official Washington and, in any event, politicians in Washington kept their jobs less by showing themselves in the best light in the newspapers than by maintaining their standing among their party's movers and shakers in their home state. Members of the U.S. Senate were not popularly elected until 1914; before then, Senators were part of an insiders' club remote from public opinion. And while in the early twentieth century a small number of writers at the most influential newspapers and a small number of syndicated political columnists came to be influential power brokers, the press as a corporate force did not have an imposing presence.

Media coverage of Congress in the 1950s and into the 1960s had been, as one contemporary gently called it, "overcooperative" (Matthews, 1960, p. 207). One reporter on Capitol Hill said (in 1956) that covering the Senate was "a little like being a war correspondent; you really become a part of the outfit you are covering" (Matthews, 1960, p. 214). Such politician-journalist collaboration did not happen every day but nor was it unusual. (Schudson, 2009, pp. 140-150). "Until the mid-1960s," as Julian Zelizer, a leading historian of Congress simply observes, "the press was generally respectful of the political establishment" (Zelizer, 2007, p. 230).

The decline of this respect helped bring more attention to political scandal. Scandal reporting, frequently decried as a lowering of the standards of the press from serious coverage of issues to a frivolous and sensational focus on political sideshows, is nonetheless a symptom of a system that had become more democratic. As governing became more public (through the Freedom of Information Act in 1966, the Legislative Reorganization Act of 1970 bringing more "sunshine" to Congress, the National Environmental Policy Act of 1970 requiring federal agencies to provide and publicly release "environmental impact statements," the campaign finance laws of 1971 and 1973, the Inspectors General Act of 1978, and other legislative milestones) politicians and government officers were more often held accountable (Schudson, 2015). The character of democracy shifted from one in which voters normally could express and act on disapproval of government incumbents only on election day to one in which, in Zelizer's words, "the nation would no longer have to wait until an election to punish government officials, nor would it have to depend on politicians to decide when an investigation was needed" (Zelizer, 2007, p. 236). To some extent, the proliferation of scandals was made possible by the new information that political candidates were required by law to report or that legislation newly insisted that the executive branch of government make publicly available. More broadly, scandal reporting increased with the growing acceptance of values promoted by the women's movement that blurred the line between public and private behavior or, to put it more strongly, demonstrated that that line had been an artificial and gendered construction all along.

Investigative reporting in and after the late 1960s increased, as popular history and personal recollections attest, but that increase is modest when measured as a percentage of all front-page news stories. More surprising, because less a part of how journalists picture their own past, is the growth of "contextual reporting." Whether you call this interpretative reporting, depth reporting, long-form journalism, explanatory reporting, or analytical reporting, it grew (Forde, 2007, p. 230). In quantitative terms, it was easily the most important change in reporting in the past three quarters of a century up to the rise of online journalism - and surely shaped the directions that online journalism would take.

Over the past half century news stories grew longer; they grew more critical of established power; journalists came to present themselves publicly as more aggressive; and news reports offered more context for understanding the events of the day. Katherine Fink and I have summarized this research elsewhere and I will not detail it here (Fink and Schudson, 2013). But the evidence is clear and consistent. And lest one is tempted to look back nostalgically to an earlier era of journalism, one researcher, Carl Sessions Stepp, comparing ten mainstream metropolitan dailies from 1963-64 and 1998-99, wrote that the 1999 papers were "by almost any measure, far superior to their 1960s counterparts." They were "better written, better looking, better organized, more responsible, less sensational, less sexist and racist, and more informative and public-spirited" (Stepp, 1999, p. 6).

Max Frankel, Washington bureau chief for the New York Times from 1968 to 1972 and the Times' executive editor from 1988 to 1994, recalls a growing pressure in the 1960s to offer "something unique" that other news outlets did not provide. This meant more analysis or more of a "mood" piece like '"what France is up to' or 'what

Hitler represents' and so on." This was acceptable even decades earlier for foreign correspondents, but rarely for national or local news reporters. Abe Rosenthal, managing editor of the paper in the 1970s and executive editor for most of the 1980s, liked to encourage good writing and practiced it himself in his days as a foreign correspondent. "He was a brilliant stylist," Frankel has recalled, and master of "the so-called soft but significant lead." As editor, Rosenthal was "very tolerant of well-written, correspondent-like stories even when they came from the Bronx. Not just from India." Frankel recalls that in his own tenure as editor he was "insistent" in his effort "to get analysis into regular news stories."[2]

News stories have grown more contextualized over time, less confined to describing the immediately observable here-and-now. In 1960 more than 90 percent of New York Times' front-page stories concerning electoral campaigns were largely descriptive – but less than 20 percent by 1992, according to Thomas Patterson's research (Patterson, 1993, pp. 82–83). Reporters took a more active part in their own stories, and not to the benefit of candidates for office.

Katherine Fink and I added to this portrait an analysis of the content of three newspapers: the New York Times, the Washington Post, and the Milwaukee Journal Sentinel. We examined articles on the front pages of each newspaper over two weeks in the years 1955, 1967, 1979, 1991 and 2003, distinguishing conventional stories (event-centered information that addresses the who, what, when, and where of the event) from contextual stories (that emphasize "why" and provide information that the reporter judges to be part of the appropriate context for understanding the significance of the event at hand).

In our analysis, conventional stories often, though not always, focus on the official activities of government. This category includes stories about lawmaking and politics, but also public safety, such as court prosecutions, police crime reports, responses to fires, and natural disasters. A conventional story, however, is defined not by its subject matter but by its approach. Three features stand out. First, a conventional story identifies its subject clearly and promptly. Commonly, these stories answer the "who-what-when-where" questions in the lead paragraph or even the lead sentence. Also, commonly, the stories ignore or only implicitly address the "why" question. They tend to be written in the "inverted pyramid" style, with the most important information coming first.

Second, the conventional story describes activities that have occurred or will occur within 24 hours. One giveaway of a conventional story is a lead paragraph with the word "yesterday" or "today." Contextual stories may focus on an occurrence of the past 24 hours but just as often may center on an event, action, or trend that runs over a longer time period or offers background for some trigger activity of the past day or two or three.

Third, conventional stories focus on one-time activities or actions – discrete events rather than long-term processes or sequences. Contextual stories, in contrast, tend to focus on the big picture, providing context or background for a topic of current interest. Where the conventional story is a well-cropped, tightly focused shot,

[2] Lucas Graves, unpublished interview with Max Frankel, Feb 24, 2009, transcript in my possession.

the contextual story uses a wide-angle lens. It is often explanatory in nature, sometimes appearing beside conventional stories to complement the dry, just-the-facts versions of that day's events. Contextual stories are often written in the present tense, since they describe processes and activities that are ongoing rather than events that have been both initiated and completed in the preceding hours or days. Alternatively, they may be written in the past tense, if their purpose is to give historical context.

Obviously, contextual stories are not all alike. They may be explanatory stories that help readers better understand complicated issues. They may be trend stories, using numerical data to show change over time on matters of public interest like high school graduation rates, population growth or unemployment. There are different ways to offer context; what all contextual stories share is an effort at offering accounts that go behind or beyond the "who-what-when-where" of a recent or unfolding event.

The table below summarizes what Katherine Fink and I found overall across the samples we examined from the New York Times, Washington Post, and Milwaukee Journal over five time periods:

	Conventional	Contextual	Investigative	Other
1955	85%	9%	0%	7%
1967	79%	17%	0%	4%
1979	60%	33%	1%	6%
1991	51%	47%	3%	0%
2003	47%	51%	1%	0%

Table nº 1: Conventional, contextual and investigative stories

From 1979 on, it is clear that contextual journalism has had a major role in the newspapers, representing a third (and by 1991 a half) of the front page stories across the three papers. None of the papers is any longer committed only to the pared-down, just-the-facts "he said, she said" of the 1950s. Analysis has come to the fore – not partisan analysis but contextual information to help readers set the events of the day in a context that makes them comprehensible.

What brought this about? Yes, it was provoked by the Vietnam war and capped by Watergate. But it was also encouraged by a huge expansion of higher education and the centrality there of a "critical" or even "adversary" culture, and a broad rebellion – around the world – against "the Establishment." Journalism became less comfortable with its role as part of the Establishment. The habit of identifying with political insiders began to be embarrassing. The roles of "watchdog," independent critics, and accountability warden became more congenial. The smug self-assurance of 1950s journalism has never entirely disappeared, but professionalism as a set of values now incorporates assumptions about a dividing line between politicians and journalists that was much less true in the 1950s and 1960s. Meg Greenfield, editorial page editor of the Washington Post in the 1970s, put this well in her memoir: "We, especially some of us in the journalism business, were much too gullible and complaisant in the old days. Just as a matter of republican principle, the hushed, reverential behavior (Quiet!

Policy is being made here!) had gotten out of hand. It encouraged public servants to believe that they could get away with anything – and they did" (Greenfield, 2001, p. 89).

In the 1950s and 1960s, journalists could be powerful, prosperous, independent, disinterested, public-spirited, trusted, and even occasionally adored by the powerful and the ordinary citizen alike. This state of ebullient health was sustained by a bipartisan Cold War political consensus and by the growing economic prosperity of news organizations. Neither would last, nor would the easy assumption that journalism could be simultaneously part of a governing establishment and independent from it. To cite Greenfield again: "The mystique had decreed that the people in charge in Washington knew best. They could make things happen if they wanted to. Almost all of them were acting in good faith. And they were entitled to both privacy and discretion to do what they judged necessary for the nation's well-being." Those blithe assumptions, borne on the wings of World War II and the Cold War to follow, crashed in Vietnam.

The new, more analytical journalism - Objectivity 2.0 - dominates journalism today. But it insists – I think correctly – that it is still rooted in a commitment to presenting the verified facts at hand. Might there be a mode of professionalism yet to come that goes beyond objectivity altogether?

I hope not. The professionalism my colleagues teach at Columbia Journalism School and that is still taken seriously at hundreds of newsroom across the country and taught at scores of journalism schools insists that students learn to report "against their own assumptions." If you believe strongly in pro-choice and you are assigned to write about the pro-life movement, and you are charged with understanding the pro-life position and why pro-lifers hold it, your task is to represent the position and the people fairly and accurately. In 2016 it was the *New York Times*, not Fox News, not *Breitbart News*, that broke the story that Hillary Clinton as Secretary of State used a private server for emails, including confidential State Department communications. The *Times* is a professional Objectivity 2.0 news organization. It follows the story, not its own or their publisher's or their editorial page editor's preferences.

If there is an Objectivity 3.0 around the corner, it may call for public disclosure of some aspects of journalists' backgrounds and qualifications, but this would not work without a public understanding that has not been secured - that disclosure is not disqualification. Can reporters cover controversial Facebook policies if they are not on Facebook? Would it be worse if they *are* on Facebook? Can you cover the auto industry in Detroit if you drive a Japanese car? Would that bias you in a way to disqualify you? Or would it be driving a Detroit-made car that would bias you? Can a Jew or a Mormon cover news of the Pope? Can a man cover a story about abortion fairly? Or a woman who has had an abortion? Or a woman who has not? These are not frivolous questions in a time of identity politics, but they will not move anyone toward full disclosure as a new standard for a professional ethic in journalism. I think journalism straddles an abyss between binding itself in a straitjacket of "nothing but the facts" and a premise of sensible interpretative and contextual reporting that stops well short of partisan advocacy.

What I do see is that Objectivity 1.0 – due regard for fact-based reporting – is part of what journalists do, but Objectivity 2.0 accepts also the need to structure reports so that the audience is equipped with sufficient context to comprehend them. Sometimes this may subordinate the central necessity of the factual reporting, but it

does not bury it. Objectivity 3.0, if it is to emerge, must acknowledge both the requirements of reporting and the needs of telling a comprehensible story. Journalism that remains reliably professional must be "evidence-based" at heart. And it cannot shear off the advances that analysis and investigation, as emphasized in Objectivity 2.0, have contributed. But an Objectivity 3.0 might add to this an objectivity of empathy.

Think of the contradiction at the heart of what physicians do. Doctors are both people who are trained in the sciences and people who are trained to be healers. They follow practices dictated by science and at the same time they engage in practices based on the unique persons who present themselves as patients. The genius of great doctors (or so it seems to me) is that they do both at once without denying either. Their knowledge is both schooled and clinical. They live off of both textbooks and techniques they can articulate and clinical judgment that no algorithm has yet captured. Doctors need not deny either part of themselves in their task of healing.

Similarly, journalism practiced with Objectivity 3.0 should accept that the job of journalism is to report stories about contemporary life. By reporting, journalists make a commitment to a factual and to a large extent verifiable world. By turning reports into stories, they give their reporting a form that makes them understandable, even compelling. Reports in story form have a point. They are not just transcripts. They combine reportage and story that not only informs and instructs but may touch people, even move them. And to do that, the reporters must seek to place themselves in the positions of the people about whom they write. This is not a matter of sentimentality but of a further depth in standing aside from one's own standpoint.

Is that impossible? Can reporters bracket their own standpoints in the quest to get at someone else's? It's not easy and it cannot ever be fully done, but people do something like it all the time. A parent advising a child, a teacher counseling a student, a nurse a patient, a friend a friend are all capable of saying, "If I were in your shoes…." That is an act of empathic objectivity – and what that might mean in journalism in an era in which we are so strongly encouraged to express ourselves is worth considering. Journalism is in part a discipline of not expressing, of setting self-expression temporarily aside, exchanging it for reportorial honesty and empathy. I hope that is what journalism will learn to affirm.

Bibliography references

Fink, K., & Schudson, M. (2013). The Rise of Contextual Journalism 1950s-2000s. *Journalism: Theory, Practice and Criticism, 15*(1), 3–20. doi: 10.1177/1464884913479015

Forde, K. R. (2007). Discovering the Explanatory Report in American Newspapers. *Journalism Practice*, *1*(2), 227-244. doi: 10.1080/17512780701275531

Goodwin, D.K. (2013). *The Bully Pulpit: Theodore Roosevelt, William Howard Taft, and the Golden Age of Journalism.* New York: Simon & Schuster.

Graves, L., personal communication, February 24, 2009

Greenfield, M. (2001). *Washington.* New York: Public Affairs.

Levy, L. W. (1996). *Freedom of the Press from Zenger to Jefferson.* Durham, N.C.: Carolina Academic Press. (Original work published 1966)

Matthews, D.R. (1960). *U.S. Senators and Their World*. New York: Vintage Books.

Patterson, T. (1993). *Out of Order*. New York: Knopf.
Schudson, M. (1998). *The Good Citizen: A History of American Civic Life*. New York: Free Press.
Schudson, M. (2009). Persistence of Vision: Partisan Journalism in the Mainstream Press. In Carl F. Kaestle and Janice A. Radway (Coords.), *A History of the Book in America: Volume 4: Print in Motion: The Expansion of Publishing and Reading in the United States, 1880-1940* (pp. 140-150). Chapel Hill, N.C.: University of North Carolina Press.
Schudson, M. (2015). The Rise of the Right to Know: Politics and the Culture of Transparency 1945-1975. Cambridge, MA: Harvard University Press.
Schudson, M. (2018). *Why Journalism Still Matters.* Cambridge, UK: Polity Press.
Stepp, C. S. (1999). State of the American Newspaper Then and Now. *American Journalism Review, 21*(7), 6.
Zelizer, J. E. (2007). Without Restraint: Scandal and Politics in America. In M. C. Carnes, *The Columbia History of Post-World War II America*. New York: Columbia University Press.

Biographical note

Michael S. Schudson is professor of journalism in the graduate school of journalism of Columbia University and adjunct professor in the department of sociology. He is professor emeritus at the University of California, San Diego. He is an expert in the fields of journalism history, media sociology, political communication, and public culture.

Email: Ms3035@columbia.edu

Address: Columbia University Graduate School of Journalism. Pulitzer Hall, MC 3801 2950 Broadway New York, NY 10027

Article by invitation/ Artigo por convite

(Página deixada propositadamente em branco)

O impacto da obra de Nelson Traquina nos Estudos em Jornalismo do Brasil: estudo sincrônico e diacrônico a partir de anais de eventos científicos nacionais

The impact of Nelson Traquina's work in Brazilian Journalism Studies: a synchronic and diachronic study from the annals of national scientific events

https://doi.org/10.14195/2183-5462_37_2

Eduardo Meditsch
Universidade Federal de Santa Catarina
emeditsch@gmail.com

Guilherme Guerreiro Neto
Universidade Federal do Pará
gguerreironeto@gmail.com

Resumo

Este artigo analisa o impacto da obra de Nelson Traquina nos Estudos em Jornalismo realizados no Brasil, a partir de estudos bibliométricos em trabalhos apresentados em congressos de Jornalismo e Comunicação no país. Para isso, recupera resultados de estudos publicados anteriormente e apresenta novos dados, produzidos especialmente para este *paper*, relativos a trabalhos apresentados em eventos de 2019, numa pesquisa sincrônica, e ao longo de duas décadas (2000-2019), numa perspectiva diacrônica. Da análise conjunta destes dados, conclui que Nelson Traquina, ao longo de todo esse período, foi um autor com alto impacto na pesquisa brasileira em Jornalismo, sendo que mais recentemente, o impacto de seu trabalho autoral tornou-se mais significativo do que o observado em seus trabalhos de divulgador, para a Língua Portuguesa, da literatura internacional dos *Journalism Studies*. Comparados os congressos que reúnem pesquisadores com nível de pós-graduação e graduação realizados em 2019 no Brasil, o impacto da obra de Traquina é maior na pesquisa de pós-graduação.

Palavras-chave

Nelson Traquina; estudos em jornalismo; Brasil; impacto; bibliometria

Abstract

This article analyzes the impact of Nelson Traquina's work in the Journalism Studies carried out in Brazil, based on bibliometric studies in works presented in congresses of Journalism and Communication in the country. To do so, it retrieves results from previously published studies and presents new data, produced especially for this paper, related to works presented at events in 2019, in a

synchronic research, and over two decades (2000-2019), in a diachronic perspective. From the joint analysis of these data, it concludes that Nelson Traquina, throughout this period, was an author with high impact on Brazilian research in Journalism., More recently, the impact of his authorial work has become more significant than the observed in his work as a disseminator, for the Portuguese Language, of the international literature of Journalism Studies. Compared to the congresses that bring together researchers with graduate and undergraduate level held in 2019 in Brazil, the impact of Traquina's work is greater in graduate research.

Keywords

Nelson Traquina; studies in journalism; Brazil; impact; bibliometry

Em texto publicado no livro produzido pelo Centro de Investigação Media e Jornalismo de Lisboa em homenagem a Nelson Traquina, por ocasião da aposentadoria do pesquisador, a professora Marialva Carlos Barbosa destaca a explosão dos Estudos em Jornalismo no Brasil a partir do ano 2000 e a importância da contribuição teórica do autor português para esse fenômeno (Barbosa, 2012). O presente texto confirma tal impressão, trazendo novos dados bibliométricos que atestam a constância e a permanência do impacto da obra do professor português sobre a área acadêmica de Comunicação e, mais especificamente, sobre a subárea de Jornalismo, no Brasil, ao final da segunda década do Século XXI.

Para chegar a essa conclusão, investigamos (1) o quanto as obras de Traquina aparecem citadas em trabalhos científicos sobre Jornalismo apresentados em eventos no Brasil e, (2) o quanto autores internacionais, traduzidos à Língua Portuguesa na principal coletânea organizada por Traquina, aparecem citados a partir dela. Os dados analisados referem-se ao Grupo de Trabalho Estudos de Jornalismo do Encontro Anual da Compós (Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação), à Divisão Temática 1 - Jornalismo do Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação da Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação) e ao Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo da SBPJor (Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo); incluem ainda os espaços para trabalhos de estudantes de graduação e recém-graduados no Congresso da Intercom (Intercom Júnior) e no Encontro da SBPJor (Encontro de Jovens Pesquisadores em Jornalismo - JPJor). Antes dos levantamentos realizados para este artigo, que adotam uma perspectiva sincrônica e diacrônica, como será exposto, revisamos estudos anteriores sobre o tema.

Estudos anteriores

Em *survey* realizada pelo Cecom da Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo em 2009, junto a pesquisadores do CNPq, professores

de pós-graduação e outros investigadores brasileiros da área, sob a coordenação de Maria Immacolata Lopes e Richard Romancini, o professor Traquina aparece na lista dos autores estrangeiros de maior relevância para os estudos de Comunicação no Brasil, citado por 32 dos 312 respondentes (10,3%). Esse percentual o coloca em primeiro lugar entre os autores estrangeiros de Língua Portuguesa, e também em primeiro lugar entre os autores estrangeiros especializados em Jornalismo (Lopes & Romancini, 2010).

A proeminência é ampliada quando se muda a perspectiva do campo mais largo da Comunicação que, no Brasil, como em Portugal, tem uma grande dispersão de objetos de estudo, para o subcampo mais especializado do Jornalismo. Aí a presença de Traquina como referência aumenta significativamente em termos percentuais já desde o início do século.

Num estudo bibliométrico dos *papers* sobre Jornalismo apresentados em três diferentes congressos acadêmicos brasileiros (SBPJor, Intercom e Compós) nos anos de 2003 e 2004, Nelson Traquina aparece como o segundo autor mais citado, sendo referenciado em 44 dos 263 trabalhos analisados, atrás apenas do italiano Mauro Wolf, que foi citado num trabalho a mais, como mostra a Tabela 1:

Autor	**País de origem**	**Área de atuação principal**	**Quantidade total de trabalhos em que o autor é citado**
WOLF Mauro	Itália	Comunicação	45
TRAQUINA Nelson	Portugal	Jornalismo	44
BOURDIEU Pierre	França	Sociologia	34
SODRÉ Muniz	Brasil	Comunicação	31
SCHUDSON Michael	EUA	Jornalismo	29
TUCHMANN Gaye	EUA	Jornalismo	25
MARTIN-BARBERO Jesus	Colômbia	Comunicação	24
MELO José Marques de	Brasil	Jornalismo	23
HALL Stuart	Inglaterra	Sociologia	23
MARCONDES FILHO Ciro	Brasil	Jornalismo	22

Tabela 1. Autores mais citados nos trabalhos apresentados nos congressos da SBPJor, GT Jornalismo da Compós e NP Jornalismo da Intercom em 2003 e 2004
Fonte: Meditsch & Segala (2005)

Num levantamento seguinte, que incluiu os dados apenas dos Congressos da SBPJor, mas de um ano a mais (2003, 2004 e 2005), Traquina aparece já à frente de Mauro Wolf como o autor mais citado entre todos, de todas as áreas e nacionalidades, incluindo os brasileiros, aparecendo em 51 dos 278 trabalhos apresentados, como mostra a Tabela 2:

Autor	País	Área de Atuação	I SBPJOR Brasília 2003 Número de trabalhos	II SBPJOR Salvador 2004 Número de trabalhos	III SBPJOR Florianópolis 2005 Número de trabalhos	TOTAL NOS 3 CONGRESSOS Número de trabalhos
TRAQUINA, N.	Portugal	Jornalismo	11	15	25	**51**
WOLF, M.	Itália	Comunicação	13	15	20	**48**
BOURDIEU, P.	França	Sociologia	6	8	16	**30**
CASTELLS, M.	Espanha	Sociologia	6	12	11	**29**
LAGE, N.	Brasil	Jornalismo	7	4	13	**27**
SOUSA, J.P.	Portugal	Jornalismo	7	8	11	**26**
PALACIOS, M.	Brasil	Jornalismo	6	12	7	**25**
GONÇALVES, E.	Brasil	Jornalismo	5	10	9	**24**
MELO, J.M.	Brasil	Jornalismo	5	6	13	**24**
BARTHES, R.	França	Linguagem	3	10	11	**24**

Tabela 2. Autores mais citados nos trabalhos nos Congressos da SBPJor de 2003, 2004 e 2005, e respectivos países de origem, áreas de atuação principal e quantidade de trabalhos em que são citados
Fonte: Meditsch & Segala (2013)

Em 2010, foi publicado outro estudo bibliométrico sobre os trabalhos apresentados nos congressos acadêmicos brasileiros, levando em conta dessa vez o biênio 2006/2007[1]. Nelson Traquina aparece novamente como o autor mais citado entre todos, referenciado em 78 dos 213 trabalhos apresentados. A Tabela 3 a seguir mostra os autores mais citados conforme aquele levantamento:

Autor	Número de trabalhos
1 - TRAQUINA, N.	78
2 - BOURDIEU, P.	48
3 - MACHADO, E.	33
4 - SOUSA, J.P.	32
5 - FOUCAULT, M.	31
6 - MORIN, E.	30
7 - WOLF, M.	27
8 - MELO, J.M.	25

Tabela 3. Autores mais citados e número de trabalhos em que são citados – SBPJor 2006, NP Jornalismo Intercom 2007, GT Jornalismo Compós 2006/2007
Fonte: Rublescki (2010)

[1] O estudo considerou os 113 papers apresentados no Congresso da SBPJor de 2006, os 80 apresentados no Núcleo de Pesquisa em Jornalismo no Congresso da Intercom em 2007, e os 20 apresentados no Grupo de Trabalho em Jornalismo nos congressos da Compós em 2006 e 2007.

O estudo de Anelise Rublescki também constata que os livros são o tipo de referência mais utilizado nos trabalhos, representando 74,3% do total (contra 8,7% para os artigos em periódicos e 6,6% para os anais de eventos). E entre os dez livros mais citados na pesquisa brasileira em jornalismo apresentada naqueles congressos, cinco são de Nelson Traquina, como mostra a Tabela 4:

Livro	Número de Citações
1 - TRAQUINA, N. Jornalismo: questões, teorias, estórias	53
2 – WOLF, M. Teoria da Comunicação	21
3 – TRAQUINA, N. Teorias do Jornalismo – Volume 1	18
4 – BOURDIEU, P. Sobre a televisão	17
5 – MORIN, E. Cultura de Massa no Século XX	12
6 – TRAQUINA, N. Teorias do Jornalismo – Volume 2	11
6 - DEBORD, G. A Sociedade do Espetáculo	11
8 – TRAQUINA, N. O Estudo do Jornalismo no Século XX	10
8 – PENA, F. Teoria do Jornalismo	10

Tabela 4. Livros mais citados e número de citações nos trabalhos apresentados - SBPJor 2006, NP Jornalismo Intercom 2007, GT Jornalismo Compós 2006/2007
Fonte: Rublescki (2010)

Um quarto estudo bibliométrico verificou em que intensidade o autor Nelson Traquina seguiu sendo citado nos trabalhos científicos sobre Jornalismo apresentados em eventos acadêmicos no Brasil no início da segunda década do Século. O corpus de análise se constituiu de um total de 340 *papers*, dos quais em 80 aparecem referências às obras de Traquina, como apresentado na Tabela 5:[2]

Evento	Trabalhos apresentados	Com citação Traquina	Percentagem
Intercom	126	36	23,5%
Compós	10	3	30,0%
SBPJor	204	41	20,1%
TOTAL	**340**	**80**	**23,5%**

Tabela 5. Citações das obras de Traquina em três congressos brasileiros realizados em 2011 (Intercom/DT Jornalismo, Compós/GP Jornalismo; SBPJor)
Fonte: Meditsch & Guerreiro Neto (2016)

[2] Foram analisados nesse quarto estudo os trabalhos que constam nos anais de três eventos científicos realizados em 2011: o Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, da Intercom (Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação), o Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (Compós) e o Encontro Nacional de Pesquisadores em Jornalismo, da SBPJor (Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo). No congresso da Intercom, a análise deteve-se à Divisão Temática (DT) 1 – Jornalismo; no encontro da Compós, ao Grupo de Trabalho (GT) Estudos de Jornalismo. Tanto na Compós quanto na Intercom, deve-se considerar que há trabalhos sobre Jornalismo apresentados em outras divisões e grupos, eTraquina possivelmente está em artigos que circulam fora do DT 1 – Jornalismo e do GT Estudos de Jornalismo, mas o levantamento se limitou apenas a esses espaços específicos dedicados ao Jornalismo.

O levantamento de Meditsch & Guerreiro Neto (2016) observa que, contando os três eventos de 2011, há 80 artigos com referências à obra de Traquina. Como em alguns casos um único trabalho toma por base mais de um livro do autor, são 106 referências a livros dele. O livro mais recorrente nas citações dos artigos de 2011 é *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*, coletânea de textos de autores da literatura internacional dos *Journalism Studies* publicada originalmente em 1993 pela editora portuguesa Vega (no Brasil, apenas o seria em 2016 pela Editora Insular). Os três livros seguintes evidenciam a importância da publicação de Traquina por editoras brasileiras para a difusão da obra do pesquisador. *Teorias do Jornalismo Volume. 1: porque as notícias são como são* e V*olume. 2: a tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*, editados ambos pela Insular, e *O Estudo do Jornalismo no século XX*, editado pela Unisinos, representam cerca de 60% das citações nos eventos de 2011, como mostra a Tabela 6:

Livros	**Referências**
Jornalismo: questões, teorias e "estórias"	35
Teorias do Jornalismo V.1	32
Teorias do Jornalismo V.2	20
O Estudo do Jornalismo no século XX	12
O que é Jornalismo	3
Jornalismo Cívico	2
A Tribo Jornalística - uma comunidade transnacional	1
O Poder do Jornalismo	1
TOTAL	**106**

Tabela 6. Referências a livros de Traquina – Intercom/Compós/SBPJor 2011
Fonte: Meditsch & Guerreiro Neto (2016)

O impacto da obra de Traquina numa perspectiva diacrônica

O levantamento de Meditsch & Guerreiro Neto (2016), focado nos congressos de 2011, sugere novos estudos para apurar até que ponto persistiria a influência de Traquina na pesquisa brasileira em Jornalismo na década iniciada naquele ano, sugerindo uma possível diluição futura dessa influência com o acesso facilitado à literatura internacional pela internet, os crescentes intercâmbios de pesquisadores e o aumento das traduções (Meditsch & Guerreiro, 2016, p. 25). O presente artigo pretende responder a esta questão com novos levantamentos bibliométricos, realizados em 2020, com dados dos congressos brasileiros realizados até 2019.

O primeiro deles propõe uma observação diacrônica, levantando os dados de duas décadas de encontros do Grupo de Trabalho Estudos de Jornalismo da Compós (de 2000 a 2019). Selecionando apenas 10 trabalhos por ano em cada grupo de trabalho, esse evento é o mais restrito e seletivo dos congressos em Comunicação realizados no Brasil. A sua escolha para o levantamento diacrônico

se deve a essa característica que, por um lado, restringe o universo empírico, permitindo sua observação *in toto* e, por outro, expressa o trabalho de pesquisa que está entre o mais qualificado no país.

Na Tabela 7 a seguir, observa-se que houve citação das obras de Traquina em pelo menos um trabalho por ano em todos os vinte anos de encontros do GT Estudos de Jornalismo da Compós, e que em treze dos vinte anos a parcela de trabalhos com citação das obras do autor oscilou entre 30 e 70 por cento. No cômputo geral, praticamente um terço (32,5%) dos trabalhos apresentados nos 20 anos de eventos cita obras de Traquina. Como vários trabalhos citam mais de uma obra do autor, a última coluna da tabela refere o número total de citações em cada ano do evento.

Congresso (local)	**Trabalhos Apresentados**	**Com citação de Traquina**	**Percentagem com citação**	**Número de citações**
2000 (RS)	10	4	40%	11
2001 (DF)	10	4	40%	6
2002 (RJ)	10	3	30%	6
2003 (PE)	10	1	10%	2
2004 (SP)	10	3	30%	6
2005 (RJ)	10	2	20%	2
2006 (SP)	10	5	50%	11
2007 (PR)	10	5	50%	8
2008 (SP)	10	5	50%	11
2009 (MG)	10	3	30%	4
2010 (RJ)	10	4	40%	5
2011 (RS)	10	3	30%	6
2012 (MG)	10	1	10%	3
2013 (BA)	10	7	70%	11
2014 (PA)	10	2	20%	2
2015 (DF)	10	2	20%	2
2016 (GO)	10	1	10%	1
2017 (SP)	10	5	50%	6
2018 (MG)	10	4	40%	4
2019 (RS)	10	1	10%	2
TOTAL	**200**	**65**	**32,5%**	**109**

Tabela 7. Trabalhos apresentados no GT Estudos de Jornalismo Compós com citação do autor e número de citações, em vinte anos de congressos (2000-2019)
Fonte: Tabela elaborada para este artigo a partir dos anais dos eventos

Comparando-se a parte de cima da Tabela 7, referente à primeira década estudada (2000-2009), com a parte de baixo da mesma, referente à segunda década (2010-2019), a variação da quantidade de citações foi de 35% para 30%, o que, mesmo com a diminuição, expressa uma presença muito significativa (e provavelmente inigualada por outro autor) de citações das obras de Traquina na década mais recente.

Essa quantidade de citações pode ser atribuída à dupla utilização das obras de Traquina apontada pelo estudo dos Autores em 2016: as citações de seus livros referem-se tanto a textos de que ele é o autor quanto a textos da literatura internacional dos *Journalism Studies* que traduziu e editou nas diversas coletâneas que organizou, tanto em livros quanto na *Revista de Comunicação e Linguagens* da Universidade Nova de Lisboa. A Tabela 8 lista as obras de Traquina citadas em 20 anos do Grupo de Pesquisa em Jornalismo da Compós, onde se observa a participação das coletâneas nas citações, especialmente do livro *Jornalismo: questões, teorias, estórias*, já apontado em estudos anteriores como o livro mais citado na pesquisa brasileira em Jornalismo:

Obra	**Número de Citações**	**Percentagem**
Jornalismo: questões, teorias, estórias (Ed. Vega)	67	61,46%
Teorias do Jornalismo – Volume 1 (Ed. Insular)	13	11,93%
Teorias do Jornalismo – Volume 2 (Ed. Insular)	11	10,09%
O Estudo do Jornalismo no Século XX (Ed. Unisinos)	9	8,26%
Jornalismo 2000 (RCL)	3	2,75%
O que é Jornalismo (Ed. Quimera)	2	1,83%
Jornalismo Cívico (Ed. Minerva)	1	0,92%
Jornalismos (RCL)	1	0,92%
O Poder do Jornalismo (Ed. Minerva)	1	0,92%
JMC Monographs	1	0,92%
TOTAL	**109**	**100 %**

Tabela 8. Obras de Traquina citadas no GP Jornalismo da Compós em vinte anos de congressos (2000-2019)

Fonte: Tabela elaborada para este artigo a partir dos anais dos eventos

A verificação dos autores citados a partir da principal coletânea editada por Nelson Traquina, nas duas décadas observadas, como aparece na Tabela 9, mostra a importância da obra organizada por ele para a difusão destes autores no Brasil:

Autores	Citações	Percentagem
Nelson Traquina	12	17,91%
Adriano Rodrigues	11	16,42%
Gaye Tuchman	9	13,43%
S. E. Bird & R. Dardenne	7	10,45%
Stuart Hall et al.	7	10,45%
Robert Hackett	6	8,96%
Warren Breed	4	5,97%
H. Molotch & M. Lesters	4	5,97%
John Soloski	3	4,48%
Elihu Katz	1	1,49%
Edward Herman	1	1,49%
David White	1	1,49%
D. Halliin & P. Mancini	1	1,49%
TOTAL	**67**	**100%**

Tabela 9. Autores citados a partir da Coletânea Jornalismo: questões, teorias, estórias no GP Jornalismo em vinte Congressos da Compós (2000-2019)
Fonte: Tabela elaborada para este artigo a partir dos anais dos eventos

A permanência do impacto de Traquina em 2019

Além do estudo diacrônico que abordou os 20 anos de Congressos da Compós, foi realizado para este artigo um levantamento, em perspectiva sincrônica, das citações das obras de Traquina nos congressos de Jornalismo e Comunicação realizados no Brasil em 2019, ano do falecimento do pesquisador. Embora Traquina estivesse retirado da vida acadêmica desde 2012, quando se aposentou na Universidade Nova de Lisboa e se retirou para os Estados Unidos, a utilização de seus textos não diminuiu de forma significativa no Brasil desde então, como se observou na perspectiva diacrônica, e o levantamento de 2019 o confirma. A Tabela 10 demostra as citações anotadas nos anais do 17º. Encontro da Associação Brasileira dos Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), realizado em Goiânia, capital de Goiás, em 2019, evento que reuniu o maior número de *papers* especializados em Jornalismo no ano. O Congresso da SBPJor tem sessões de Comunicações Coordenadas temáticas e sessões de Comunicações Livres, todas com trabalhos que tem como objeto de estudo o Jornalismo:

Congresso (local)	Trabalhos Apresentados		Com citação de Traquina	Percentagem com citação	Número de citações
SBPJor 2019 (GO)	Comunicações Livres	121	31	25,62%	48
	Comunicações Co-ordenadas	116	20	17,24%	29
TOTAL	**-**	**237**	**51**	**21,52%**	**77**

Tabela 10. Trabalhos apresentados no 17o. Encontro da SBPJor, realizado em 2019, com citação das obras do autor e número de citações
Fonte: Tabela elaborada para este artigo a partir dos anais dos eventos

Uma percentagem ainda maior foi registrada nos anais dos Grupos de Pesquisa reunidos na Divisão Temática 1 – sobre Jornalismo – do 42º. Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, promovido pela Intercom em Belém do Pará em 2019, como demonstra a Tabela 11; a Divisão Temática 1 da Intercom comporta cinco grupos de pesquisa:

Congresso (local)	Trabalhos Apresentados DT1 – Jornalismo		Com citação de Traquina	Percentagem com citação	Número de citações
Intercom 2019 (PA)	GP Gêneros Jornalísticos	9	0	0%	0
	GP História do Jornalismo	12	1	8,33%	1
	GP Jornalismo Impresso	12	3	25%	4
	GP Telejornalismo	27	10	37,03%	11
	GP Teoria do Jornalismo	37	16	43,24%	25
TOTAL	**-**	**97**	**30**	**30,93%**	**41**

Tabela 11. Trabalhos apresentados na Divisão Temática 1 (Jornalismo) do 42o. Congresso da Intercom, realizado em 2019, com citações do autor e número de citações
Fonte: Tabela elaborada para este artigo a partir dos anais dos eventos

Considerados em conjunto os três principais congressos acadêmicos de âmbito nacional da área de Comunicação com sessões especializadas em Jornalismo realizados em 2019, o número de trabalhos com citações das obras de Nelson Traquina correspondeu a 23,8%, como mostra a Tabela 12:

Congressos Brasileiros de 2019	Trabalhos Apresentados	Com citação de Traquina	Percentagem	Número de citações
Compós – NP Jornalismo (Porto Alegre/RS)	10	01	10%	2
Intercom – DT Jornalismo (Belém/PA)	97	30	30,9%	41
SBPJor (Goiânia/GO)	237	51	21,5%	77
TOTAL	**344**	**82**	**23,8%**	**120**

Tabela 12. Trabalhos apresentados nas sessões de Jornalismo do 42o. Congresso da Intercom, 17o. Encontro da SBPJor e 28o. Encontro da Compós, realizados em 2019, com citações da obra de Traquina e número de citações
Fonte: Tabela elaborada para este artigo a partir dos anais dos eventos

O estudo sincrônico dos anais de eventos de 2019 também apurou quais obras de Traquina foram mais citadas. A Tabela 13 mostra esses dados:

Obra	SBPJor 2019	Intercom DT Jornalismo 2019	Compós GP Jornalismo 2019	Total	Percentagem
Jornalismo: questões, teorias, estórias (Ed. Vega / Ed. Insular)	31*	10	1	42	35,0%
Teorias do Jornalismo – Volume 1 (Ed. Insular)	16	12	-	28	23,3%
Teorias do Jornalismo – Volume 2 (Ed. Insular)	14	13	-	27	22,5%
O Estudo do Jornalismo no Século XX (Ed. Unisinos)	10	2	1	13	10,8%
O Poder do Jornalismo (Ed. Minerva)	3	2	-	5	4,2%
Jornalismo 2000 (Ed. Relógio D'água)	1	1	-	2	1,7%
O que é Jornalismo (Ed. Quimera)	1	-	-	1	0,8%
Jornalismo Cívico (Ed. Livros Horizonte)	1	-	-	1	0,8%
A Tribo Jornalística (Editorial Notícias)	-	1	-	1	0,8%
TOTAL	**77**	**41**	**2**	**120**	**100%**

* 23 citações da edição da Editora Vega, 8 citações da edição da Editora Insular

Tabela 13. Obras de Traquina citadas nos Eventos Brasileiros de 2019 (SBPJor, Intercom DT 1 – Jornalismo e Compós GP Jornalismo)
Fonte: Tabela elaborada para este artigo a partir dos anais dos eventos

Comparando-se a Tabela 13, referente ao estudo sincrônico de 2019, e a Tabela 8, referente às obras mais citadas no estudo diacrônico de duas décadas, com a devida ressalva pelo fato das bases de dados não serem exatamente as mesmas (os congressos considerados), nota-se uma mudança importante. No estudo diacrônico, as coletâneas organizadas por Traquina respondem por quase dois terços das suas citações (64,2%) em congressos brasileiros, enquanto em 2019 a percentagem baixa para pouco mais de um terço (36,7%), com os livros autorais respondendo pela maior parte. Esses dados podem indicar uma mudança na utilização das obras do autor, no último ano maior pelos seus próprios textos do que pelos textos de outros autores que difundiu em seus livros, embora sua principal coletânea siga sendo o livro mais citado, agora também mais acessível no país com o lançamento de uma edição brasileira pela Editora Insular em 2016, que já aparece nas citações.

Na Tabela 14, os dados referem-se aos autores citados a partir da principal coletânea organizada por Traquina no estudo sincrônico relativo a 2019. Comparando-se com o estudo diacrônico a que se refere a Tabela 9, nota-se pequena variação em relação aos autores mais citados nas duas bases de dados:

Autores	**SBPJor 2019**	**Intercom 2019**	**Compós 2019**	**TOTAL**	**Percentagem**
Gaye Tuchman	8	4	1	13	30,9%
Stuart Hall et al.	9	-	-	9	21,4%
Nelson Traquina	6	1	-	7	16,7%
Adriano Rodrigues	3	-	-	3	7,1%
Warren Breed	1	2	-	3	7,1%
Robert Hackett	1	1	-	2	4,8%
S. E. Bird & R. Dardenne	1	1	-	2	4,8%
H. Molotch & M. Lesters	1	-	-	1	2,4%
Philip Schlesinger	1	-	-	1	2,4%
David White	-	1	-	1	2,4%
TOTAL	**31**	**10**	**1**	**42**	**100%**

Tabela 14. Autores citados a partir da Coletânea Jornalismo: questões, teorias, estórias nos Congressos Nacionais de 2019 (SBPJor, Intercom DT-Jornalismo, Compós GP Jornalismo)
Fonte: Tabela elaborada para este artigo a partir dos anais dos eventos

Já na Tabela 15, compara-se as percentagens de trabalhos com citações das obras de Traquina em seis estudos bibliométricos realizados. Nos três primeiros, foi apurada a posição do autor no *ranking* dos mais citados em cada universo pesquisado, ocupando o segundo lugar quando a percentagem foi de 16,7% e passando ao primeiro a partir de 18,3%. Embora nos três últimos esse *ranking* comparativo com outros autores não tenha sido apurado, observa-se que a percentagem de *papers* com citação de Traquina não caiu na comparação entre 2011 e 2019, e a alta cifra alcançada nestes dois anos (23,5 e 23,8%), maior

ainda no estudo diacrônico (32,5%), indica que o autor possivelmente segue liderando o *ranking* dos mais citados na pesquisa brasileira em Jornalismo até o último ano pesquisado, embora isso precise ser confirmado por outros estudos que incluam tal medição.

Estudo	**Anos e Eventos abrangidos**	**Percentagem com citações**	**Posição no ranking dos autores mais citados**
Meditsch & Segala, 2005	2003, 2004 (Sbpjor, Compós, Intercom)	16,7%	2o.
Meditsch & Segala, 2013	2003, 2004, 2005 (Sbpjor)	18,3%	1o.
Rublescki, 2010	2006 (Sbpjor, Compós), e 2007 (Compós, Intercom)	36,6%	1o.
Meditsch & Guerreiro Neto, 2016	2011 (Sbpjor, Compós, Intercom)	23,5%	não apurado
Presente Artigo, estudo sincrônico, 2020	2019 (Sbpjor, Compós, Intercom)	23,8%	não apurado
Presente Artigo, estudo diacrônico, 2020	2000 até 2019 (Compós)	32,5%	não apurado

Tabela 15. Percentagem de papers em que obras de Traquina são citados e sua posição no ranking dos mais citados em seis estudos bibliométricos
Fonte: Tabela elaborada para este artigo a partir das demais apresentadas no mesmo

Todos os estudos citados na Tabela 15 referem-se a anais de congressos em que predominam trabalhos de pesquisadores já doutores ou em formação em nível de pós-graduação (mestrado e doutorado). No entanto, uma grande preocupação de Nelson Traquina, expressa no documento apresentado à Universidade Nova de Lisboa quando de suas provas de agregação (Traquina, 1995), era com a formação teórica na graduação, onde atribuía maior importância a seu papel como professor. O documento apresenta o programa da disciplina Teoria da Notícia que ministrava na Licenciatura em Comunicação da UNL, onde fica claro que um dos principais objetivos de suas publicações era tornar acessível a literatura internacional dos *Journalism Studies* a seus alunos que se formavam para exercer a prática da profissão.

Inspirado por esse desejo do autor, o estudo realizado para o presente artigo também apurou o impacto das obras de Traquina nas pesquisas apresentadas por estudantes brasileiros de graduação em 2019. A Tabela 16 traz os dados dos anais de dois eventos nacionais de iniciação científica dedicados ao jornalismo: o Encontro de Jovens Pesquisadores em Jornalismo, realizado paralelamente ao Encontro da SBPjor, e a Divisão Temática de Jornalismo da Intercom Júnior, evento paralelo ao Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação:

Congresso (local)	Trabalhos Apresentados	Com citação de Traquina	Percentagem com citação	Número de citações
JPJor 2019 (GO)	44	8	18,2%	9
DT- Jornalismo Intercom Jr. 2019 (PA)	61	15	24,6%	18
TOTAL	**105**	**23**	**21,9%**	**27**

Tabela 16. Trabalhos apresentados em dois eventos brasileiros de iniciação científica (para alunos de graduação) dedicados ao Jornalismo, realizados em 2019, com citações das obras de Traquina e número de citações
Fonte: Tabela elaborada para este artigo a partir dos anais dos eventos

Como se observa na Tabela 16, a percentagem de trabalhos de iniciação científica com citações de obras de Traquina em 2019 também é altamente expressiva (21,9%), mas não superior às registradas nos eventos brasileiros de pesquisadores pós-graduados, realizados a partir de 2006 (23,5 a 36,6%), como aparece na Tabela 15. Esta comparação pode indicar que as obras de Traquina são mais utilizadas no Brasil na pós-graduação do que na de graduação. A Tabela 17 traz as obras citadas nos eventos da graduação:

Obra	JPJor	Intercom Jr DT - Jornalismo	TOTAL	Percentagem
Teorias do Jornalismo – Volume 1 (Ed. Insular)	3	13	16	59,2%
Jornalismo: questões, teorias, estórias (Ed. Vega / Ed. Insular)	3	3	6	22,2%
Teorias do Jornalismo – Volume 2 (Ed. Insular)	2	1	3	11,1%
Quem vigia o quarto poder? (Anais da Compós)	1	-	1	3,7%
O Que é Jornalismo (Ed. Quimera)	-	1	1	3,7%
TOTAL	**9**	**18**	**27**	**100%**

Tabela 17. Obras de Traquina citadas nos eventos de iniciação científica brasileiros de 2019 dedicados ao Jornalismo (JPJor/SBPJor e Intercom Jr/DT Jornalismo)
Fonte: Tabela elaborada para este artigo a partir dos anais dos eventos

Na Tabela 17, observa-se que a os textos autorais de Traquina tem um peso ainda maior (em relação aos textos de outros autores incluídos nas coletâneas que organizou) nos eventos brasileiros de iniciação científica especializados em Jornalismo realizados no Brasil em 2019 do que nos eventos dos pesquisadores de pós-graduação realizados no mesmo ano. As citações da coletânea foram de apenas 22,2% na iniciação científica, enquanto de 36,7% nos eventos principais. Nelson Traquina enquanto autor tem um peso ainda maior na graduação em relação ao Nelson Traquina difusor da literatura internacional em Língua Portuguesa.

Em conclusão

Este estudo objetivou apurar a constância e a permanência do impacto das obras de Nelson Traquina na pesquisa brasileira em Jornalismo. Para tanto, partiu de uma revisão dos estudos anteriores sobre o tema e realizou dois novos levantamentos biliométricos, o primeiro numa perspectiva diacrônica, abarcando os anais de vinte anos de reuniões do Grupo de Trabalho Estudos de Jornalismo da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação - Compós (2000-2019), e o segundo numa perspectiva sincrônica, abarcando os anais dos três principais congressos acadêmicos brasileiros inteiramente dedicados à pesquisa em Jornalismo (caso da Associação Brasileira dos Pesquisadores em Jornalismo (SBPJor), ou que tem seções ou grupos de pesquisa dedicados a ela (caso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação – Intercom, e da já citada Compós), realizados em 2019.

Os novos dados produzidos para este artigo apontam a permanência do alto impacto da obra de Traquina na pesquisa brasileira em jornalismo, com a citação de seus livros em 23,8% dos papers apresentados nos congressos de 2019, índice que supera os 23,5% registrados em estudo anterior sobre os congressos de 2011. O estudo diacrônico que abarcou dados de 20 anos de congressos da Compós também comprova a constância desse impacto, que chega a praticamente um terço dos trabalhos apresentados no Grupo de Pesquisa em Jornalismo da entidade em todo o período considerado.

Os dados também revelam que em 2019 foi mais significativo o impacto dos textos de que Nelson Traquina é o autor em relação aos dos autores internacionais de que foi o introdutor para a Língua Portuguesa: as citações de seus livros autorais agora superam as de suas coletâneas, mesmo com a mais importante delas – *Jornalismo: questões, teorias, estórias* – agora também publicada no Brasil. Por fim, os novos dados permitem comparar pela primeira vez o impacto da obra de Traquina na pesquisa realizada pela pós-graduação com a pesquisa também em Jornalismo realizada na graduação brasileira, mostrando que, embora no segundo caso seja também significativa, o impacto na pós-graduação é maior.

Referências bibliográficas

Barbosa, M. C. (2012). Nelson Traquina e as pesquisas em jornalismo no Brasil. In I. F. Cunha, A. Cabrera, e J.P. Sousa (Eds.), *Pesquisa em Media e Jornalismo: homenagem a Nelson Traquina* (pp. 12-25). Covilhã: Labcom.

Lopes, M. I., & Romancini, R. (2010). *Pesquisa de Percepção de Relevância de Revistas e Autores: referências do Campo da Comunicação (resultados do Survey de nov/dez de 2009)*. Relatório de Pesquisa. São Paulo: Cecom/Eca-USP.

Meditsch, E., & Segala, M. (2005). Trends in three Journalism academic meetings. *Brazilian Journalism Research, 1*(1), 47-60.doi:10.25200/BJR.v1n1.2005.35

Meditsch, E., & Segala, M. (2013). A pesquisa brasileira em jornalismo apresentada nos três primeiros congressos da SBPJor: temas, enfoques e referências. In *Anais do XI Congresso Brasileiro de Pesquisadores em Jornalismo* - SBPJor 2013. Brasília: SBPJor-UnB.

Meditsch, E., & Guerreiro Neto, G. (2016). Nelson Traquina, suas coletâneas e seus efeitos na

consolidação dos estudos em jornalismo no Brasil (Apresentação). In N. Traquina (Ed.), *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"* (pp. 15-25). Florianópolis: Insular.

Rublescki, A. (2010). Pesquisa em Jornalismo: produção e uso da informação nos artigos apresentados em congressos. *Estudos em Jornalismo & Mídia*, *7*(1), 197-211. doi:10.5007/1984-6924.2010v7n1p197

Traquina, N. (Ed.). (1988). Jornalismos. *Revista de Comunicação e Linguagens*, 8. Lisboa: CECL-FCSH-UNL.

Traquina, N. (Ed.). (1993). *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*. Lisboa: Vega.

Traquina, N. (1995). *Teoria da Notícia: Programa, Conteúdos e Métodos*. Relatório Apresentado à Universidade Nova de Lisboa para Provas de Agregação.

Traquina, N. (Ed.). (2000). Jornalismo 2000. *Revista de Comunicação e Linguagens*. 27. Lisboa: CECL-FCSH-UNL/Ed. Relógio D'Água.

Traquina, N. (Ed.). (2000). *O poder do Jornalismo. Análise e textos da teoria do agendamento*. Coimbra: Minerva.

Traquina, N. (2001). *O Estudo do Jornalismo no Século XX*. São Leopoldo: Editora Unisinos.

Traquina, N. (2002). *O que é Jornalismo*. Lisboa: Quimera.

Traquina, N. (2003). *Teorias do Jornalismo. Porque as notícias são como são.* (Vol.1). Florianópolis: Insular.

Traquina, N., & Mesquita, M. (2003). *Jornalismo Cívico*. Lisboa: Livros Horizonte.

Traquina, N. (2004). *A Tribo Jornalística.* Lisboa: Editorial Notícias.

Traquina, N. (2005). *Teorias do Jornalismo. A tribo jornalística – uma comunidade interpretative internacional.* (Vol.2). Florianópolis: Insular.

Traquina, N. (Ed.). (2016). *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*. Florianópolis: Insular.

Notas biográficas

Eduardo Meditsch é Pesquisador do CNPq desde 2000, Doutor pela Universidade Nova de Lisboa (1997) com Pós-Doutorado na University of Texas at Austin (2010-2011), coordena atualmente o Grupo de Pesquisa em Jornalismo e Conhecimento no PPGJor/UFSC.

ID Lattes:9884506958589514

ORCID iD: https://orcid.org/0000-0001-6045-1178

Email: emeditsch@gmail.com

Morada institucional: Universidade Federal de Santa Catarina / Programa de Pós-Graduação em Jornalismo / Brasil. Campus da Trindade, CEP 88040-900, Florianópolis – SC

Guilherme Guerreiro Neto é Doutorando em Ciências - Desenvolvimento Socioambiental pelo Núcleo de Altos Estudos Amazônicos da Universidade Federal do Pará, mestre em Jornalismo pela Universidade Federal de Santa Catarina (2013).

ID Lattes: 4661626846398090

ORCID iD 0000-0002-0733-9010

Email: gguerreironeto@gmail.com

Morada institucional: Universidade Federal do Pará / Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Sustentável do Trópico Úmido / Brasil. Rua Augusto Corrêa, 01, Campus do Guamá, CEP 66.075.110, Belém – PA

*Submetido | Received: 2020.04.27

*Aceite | Accepted: 2020.05.14

O legado de Nelson Traquina no estudo dos media e do jornalismo

The legacy of Nelson Traquina in media and journalism studies

https://doi.org/10.14195/2183-5462_37_3

Cristina Ponte
Universidade NOVA de Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas
Instituto de Comunicação da NOVA – ICNOVA
cristina.ponte@fcsh.unl.pt

Resumo

Este artigo recorda a intervenção de Nelson Traquina enquanto docente e investigador dos Media e do Jornalismo no Departamento de Ciências da Comunicação da NOVA FCSH durante três décadas. Tem presente particularidades do contexto histórico do exercício do jornalismo em Portugal e os tempos de transição em que decorreu essa intervenção. A partir desse contributo, identifica questões para uma agenda de pesquisa no atual contexto digital.

Palavras-chave

Nelson Traquina; estudo do jornalismo; jornalismo em Portugal

Abstract

This article intends to describe Nelson Traquina's legacy along three decades as media and journalism scholar and professor, in NOVA University's department of Communication Sciences, bearing in mind the particularities within the historical context of journalistic profession in Portugal. Departing from his legacy, the article identifies issues for a research agenda in the current digital context.

Keywords

Nelson Traquina; journalism studies; journalism in Portugal

Introdução

Em 1982, publicavam-se em Lisboa e Porto muitos jornais diários matutinos e vespertinos de informação geral[1]. Destes, hoje permanecem com edições impressas diárias o então jovem *Correio da Manhã*, lançado em 1979, e o centenário *Jornal de*

[1] Eram jornais matutinos os jornais *Correio da Manhã, O Diário* e o *Diário de Notícias* (de Lisboa) e *Comércio do Porto, Jornal de Notícias* e *Primeiro de Janeiro* (do Porto). Os jornais vespertinos, todos da capital, eram *A Capital,* o *Diário de Lisboa* e o *Diário Popular*.

Notícias, lançado em 1888. O jornal *Público* surgiria oito anos depois. As emissões a cores da RTP tinham-se iniciado dois anos antes e tardaria quase uma década até ao aparecimento de canais privados de televisão, a SIC e a TVI, e se afirmarem os canais por cabo, transnacionais e especializados.

Noutros sectores dos media, viviam-se tempos de mudança desencadeada 'de baixo para cima', com a popularização da palavra 'pirata' associada a gravações, cassetes fonográficas e emissoras de rádio. Rui Veloso, com o seu Chico Fininho, tinha rasgado caminho ao rock em português havia pouco. A par de uma produção cultural efervescente, o país vivia tempos de crise política, social e económica: o Parlamento votava a revisão da Constituição da República, que extinguia o Conselho da Revolução. Nesse mesmo ano de 1982 acontecia a primeira greve geral depois de 1974, e o país estava prestes a ser de novo intervencionado pelo Fundo Monetário Internacional.

Nesses tempos, operava-se uma profunda alteração das condições tecnológicas de comunicação, que teriam impacto global nas décadas seguintes. Foi em 1982, nos Estados Unidos, que a rede Arpanet, então financiada com fundos da ciência depois de ter estado sob a alçada militar desde finais dos anos 1960, introduziu o protocolo TCP/IP como a sua base de comunicação e começaram a ser estabelecidos centros avançados de computação em muitas universidades norte-americanas. A expansão da internet, até então restrita aos setores militar e académico e financiada com fundos públicos, seria impulsionada pela afirmação da World Wide Web assente em empresas de telecomunicações e numa economia de mercado, a partir do início dos anos 1990. Nada mais voltou a ser como dantes.

Trinta anos de vida académica

Recuemos de novo a 1982. Foi nesse ano que Nelson Traquina chegou à Universidade NOVA de Lisboa. No ano letivo de 1982-83, iniciou as suas aulas de Jornalismo na recém surgida licenciatura em Comunicação Social. Esta funcionava nas precárias instalações de um antigo quartel da Avenida de Berna que alojavam a novíssima Faculdade de Ciências Sociais e Humanas. Nelson Traquina tinha pouco mais de trinta anos, vestia-se de negro, usava mochila e exprimia-se num português com forte sotaque norte-americano que nunca abandonaria. Na bagagem de professor de Jornalismo trazia não só a sua experiência profissional na Agência *United Press International* e de correspondente de vários jornais em regime *free-lancer*, mas também uma multifacetada formação académica, percorrida entre os Estados Unidos e França: licenciatura e mestrado em Política Internacional, respetivamente no Assumption College, Massachusetts (1970) e na Universidade de Denver (1974); diplomas de estudos aprofundados em Ciências da Informação pelo Instituto Francês de Imprensa (1977) e em Comunicação Política e Social, pela Universidade de Paris I, Pantheon/Sorbonne (1979); doutoramento em Sociologia, pela Universidade de Paris V (1980).

Nelson Traquina terá sido um dos professores que mais marcou os estudantes de Comunicação da NOVA durante as três décadas em que aí foi professor. Da primeira geração de alunos - de que fiz parte - recordo a teatralidade com que afirmava que "as aspas são um par" e o entusiasmo e disponibilidade para corrigir uma

escrita de imprensa que teimava em não aparecer. A avaliação final de cada aluno resultava das notas dos seus cinco melhores textos jornalísticos, por ele afincadamente anotados e corrigidos. Este objetivo incentivava a que nos procurássemos superar, de modo a eliminar trabalhos jornalísticos menos conseguidos. Foi assim que um *perfil* e uma *grande reportagem* conseguiram anular as minhas fracas notas recolhidas em *notícias de agência*.

Nos trinta anos em que esteve na Faculdade de Ciências Sociais e Humanas foi sempre o coordenador da variante Jornalismo, na licenciatura – cuja designação mudaria para Ciências da Comunicação em 1994 –, no mestrado e no doutoramento. Foi vários anos coordenador do Departamento de Ciências da Comunicação e batalhou continuadamente por condições tecnológicas que tornassem possível ambientes de aprendizagem de práticas jornalísticas ligadas a meios audiovisuais e depois digitais. Recrutou profissionais de excelência nas áreas da Imprensa, da Rádio e da Televisão e procurou constituir uma pequena equipa docente – de que faço parte desde 1997 - polifacetada e disposta a investir na carreira académica. O ensino e a investigação que conduziu, sobretudo sobre o jornalismo, mas sem esquecer o ambiente mediático em que se insere, marcaram gerações de jornalistas e de outros profissionais dos media formados na NOVA. A ambos considera na dedicatória de *Jornalismo: Questões, Teorias e 'Estórias'* (Traquina, 1993): "Aos meus alunos que aceitam o desafio de ser jornalistas. Aos meus alunos que descobrem a paixão do estudo do jornalismo".

Na viragem para os anos 1990, Nelson Traquina impulsionou o primeiro mestrado em Estudos dos Media e do Jornalismo. O seminário que dirigiu então, em instalações provisórias na Rua Pinheiro Chagas, constituiria a base para esse livro onde compilou os alicerces do estudo do jornalismo. Mostrava estar atento e atualizado: a obra dá conta de investigação então recente sobre os processos de construção da notícia, sobretudo nos Estados Unidos (Elisabeth Bird e Robert Dardenne, Michael Schudson, Molotch e Lester, Gay Tuchman) e no Reino Unido (Stuart Hall e colegas; Philip Schlesinger). Foram sessões de intensa reflexão sobre teorias do jornalismo, partilhadas com uma geração vibrante de jovens investigadores (entre outros, Ana Cabrera, António Pinto Ribeiro, Maria João Silveirinha, Rogério Santos, Rosa Sobreira).

Na licenciatura em Ciências da Comunicação, Nelson Traquina viu aprovadas duas unidades curriculares inovadoras que propôs: *Teoria da Notícia* (sobre a qual realizou as suas provas de agregação) e *Ciberjornalismo*, em 1999. Foi o pai fundador do Centro de Investigação em Media e Jornalismo (CIMJ), um dos primeiros que surgiu na área da Comunicação, em 1997, almejando que constituísse um espaço de ligação entre investigadores, independentemente do local onde exerciam a sua atividade profissional. Fiz também parte desse núcleo de fundadores. Proporcionou aos investigadores que reuniu nesse centro sessões de trabalho com académicos de referência cuja bibliografia era por nós estudada, como Barbie Zelizer, da Annenberg School of Communication, Daniel Hallin, da Universidade do Sul da California ou Thomas Patterson, da Universidade de Harvard. Tornou reais os sonhos que perseguiu, tanto a revista *Media & Jornalismo*, surgida em 2002, como as várias Conferências subordinadas ao tema *Media, Jornalismo e Democracia*. Foi, sem dúvida, um batalhador pela formação científica e profissional de novas gerações de jornalistas e pela afirmação dos estudos do Jornalismo na academia e na sociedade portuguesa.

Lentes para o estudo do jornalismo

A investigadora norte-americana Barbie Zelizer - cuja abordagem dos jornalistas como "comunidade interpretativa transnacional" (Zelizer, 1993) muito marcou a investigação de Nelson Traquina no seu estudo sobre a cobertura noticiosa da pandemia do VIH/SIDA - defende que o estudo do jornalismo beneficia do cruzamento de lentes disciplinares. Em *Taking Journalism Seriously*, escreve Zelizer: "quanto mais enriquecermos as perspetivas de análise das notícias, mais poderemos apreciar o que cada tipo de questionamento tem para nos oferecer e compensar a velha ideia de um único tipo nos pode dar resposta cabal ao que procuramos" (Zelizer, 2004, p. XX).

Nessa obra seminal (que revisitará em anos seguintes), Zelizer aponta cinco lentes provenientes da Sociologia, Ciência Política, História, Estudos da Linguagem e Análise Cultural. Numa revisão recente desse texto, onde acrescenta Ciências da Computação, Gestão, Direito e Economia Política, sublinha que aquelas cinco perspetivas continuam a oferecer "um vislumbre de uma gama central de alternativas pelas quais o jornalismo tem sido frequentemente conceptualizado" (Zelizer, 2017, p. 122). Vejamos como caracteriza essas lentes:

- A lente da Sociologia sublinha *como o jornalismo* é importante e privilegia como objetos de estudo as condições de produção e de receção das notícias; foi a perspetiva que orientou a primeira pesquisa extensiva em comunicação social, a *Mass Communication Research* nos Estados Unidos, pautada pelo funcionalismo, pela procura de efeitos das mensagens sobre audiências e por preocupações normativas, em meados do século XX. Nos anos seguintes, alimentou pesquisas sobre constrangimentos organizacionais e processos de agendamento; marcou os estudos etnográficos realizados em grandes redações de imprensa e de televisão, nos anos 1960 e 1970, sobretudo nos Estados Unidos. Mais recentemente, numa visão macrossociológica, tem-se focado em instituições e na ideologia do jornalismo, com contributos da Ciência Política, da Filosofia e dos Estudos Culturais.
- A lente da Ciência Política assinala *como o jornalismo é e como deveria ser importante*, ou seja, apresenta uma forte componente normativa. Analisa práticas jornalísticas de pequena escala e posturas dos jornalistas em relação a fontes de informação; numa escala intermédia considera a intersecção do jornalismo com a esfera da política, integrando o contexto das ligações dos jornalistas a atores políticos e a audiências, com atenção a fenómenos como campanhas eleitorais e jornalismo cívico; a uma escala macrossocial, explora as relações entre jornalismo e sistemas políticos.
- A lente da História considera *como o jornalismo foi importante*: congrega atenção a memórias e biografias bem como à história das organizações; identifica períodos, temas e acontecimentos marcantes; inclui ainda atenção às relações entre jornalismo e desenvolvimento do Estado-nação, cruzando com a lente anterior, da Ciência Política.
- A lente dos Estudos de Linguagem analisa *como o jornalismo se torna importante*, privilegiando a atenção à apresentação dos seus conteúdos. O recurso à análise de conteúdo e à Semiologia marcou estudos informais enquanto estu-

dos formais se sustentam em contributos da Sociolinguística, da Linguística Crítica, da Análise do Discurso e de uma atenção aos contributos visuais das notícias. Por sua vez, a abordagem pragmática da linguagem jornalística sublinha as condições de realização do discurso, ou seja, como uma narrativa jornalística é recontada por cada meio, dos grandes jornais à televisão ou a formatos jornalísticos alternativos.

- Por fim, a lente da Análise Cultural incide sobre *como o jornalismo varia de importância;* esta agenda é mais diversificada e interdisciplinar, com atenção sobretudo à apresentação e à receção de formatos e de meios que escapam ao registo canónico. Confere atenção aos modos como são procuradas e interpretadas 'outras notícias' que escapam à consideração de *hard news*, e também presta atenção a outros meios para além da chamada 'imprensa de referência'. Recolhendo contributos dos Estudos Culturais, norte-americanos e britânicos, esta lente considera em particular "significados, símbolos e sistemas simbólicos, rituais e convenções que permitem aos jornalistas manterem a sua autoridade cultural apresentando-se como aqueles que podem tratar acontecimentos do domínio público" (Zelizer, 2004, p.176). Por isso, é vasta a sua gama de temas: visões do mundo do jornalismo; práticas, tipos e formatos alternativos do jornalismo; crises e consagrações; representações do jornalismo no cinema, teatro, literatura e outras artes; como atuam as várias audiências do jornalismo.

Pela sua formação académica e profissional, a Sociologia e a Ciência Política foram as lentes mais presentes na investigação de Nelson Traquina sobre o jornalismo. Confirma-o a atenção às condições do exercício da profissão, às relações entre o jornalismo e a democracia e às teorias da notícia. Os seus textos revêem a visão ingénua da notícia como 'espelho da realidade' e divulgaram entre nós teorias – quase todas com origem norte-americana e britânica - que procuraram explicar "porque as notícias são como são", com base no estudo de práticas profissionais e da mediação jornalística: teoria da ação pessoal, teoria organizacional, teoria da ação política, teoria estruturalista, teoria da notícia como construção social.

Também o cruzamento da lente da Sociologia com a da Ciência Política se substancia na sua atenção às relações entre jornalismo e democracia e à emergente questão do jornalismo cívico na viragem para o século XXI, na obra que coorganizou com Mário Mesquita (Traquina e Mesquita, 2003) e que conta com contributos de Jay Rosen e Doris Graber, entre outros.

Em vários dos seus livros e artigos, Nelson Traquina revê o estudo do jornalismo no século XX à luz de uma sociologia da notícia. Procurou contribuir para esse conhecimento com o seu estudo sobre os jornalistas como "comunidade interpretativa transnacional", e também aprofundando a relação entre acontecimentos e ocorrências singulares, por um lado, e problemáticas sociais, por outro. De que modos as notícias são orientadas para acontecimentos ou para problemáticas foi objeto de estudo através da análise à cobertura jornalística da problemática do VIH-SIDA em dois jornais portugueses, *Diário de Notícias* e *Correio da Manhã*, durante quase vinte anos, e que seria articulado com a análise dessa cobertura realizada por jornais de outros continentes.

O estudo sobre a cobertura noticiosa da problemática do VIH-SIDA foi um dos primeiros projetos de investigação financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia e articulou uma extensiva análise de conteúdo (Traquina, Silva e Calado, 2007) com uma análise discursiva às formas de tratamento presente nos dois jornais, dos enquadramentos noticiosos à representação de vários atores sociais nas notícias (Ponte, 2004), permitindo uma revisitação posterior (Ponte, Silva e Calado, 2011).

Apesar do seu olhar vincadamente sociológico no estudo do jornalismo, Nelson Traquina deu espaço a que os investigadores com quem trabalhava – muitos deles foram seus orientandos de mestrado e de doutoramento - seguissem os seus próprios caminhos e usassem outras lentes para olharem os seus próprios objetos. Disso é prova o último livro que editou, *Do Chumbo à Era Digital*. *13 leituras do jornalismo em Portugal*.

As lentes da História estão presentes em vários capítulos: Rosa Maria Sobreira recorda a profissionalização dos jornalistas durante as quatro décadas do Estado Novo; Álvaro da Costa Matos apresenta as revistas políticas desse mesmo período; Fernando Correia e Carla Baptista exploram a viragem do jornalismo português na década de 1960; Ana Cabrera incide sobre as dinâmicas sociais e reivindicativas dos jornalistas no período marcelista; Rita Figueiras dá conta da mediatização do Espaço Opinião na imprensa de referência ao longo de duas décadas recentes.

Outros capítulos usam sobretudo a lente de Análise Cultural e incluem um leque diversificado de títulos jornalísticos, incluindo a chamada imprensa tablóide: Cristina Penedo disseca o tratamento do crime nos media noticiosos; Isabel Ferin confronta representações da imigração na imprensa e televisão; Cristina Ponte e Maria João Silveirinha destacam dimensões simbólicas da cobertura noticiosa, respetivamente da infância e do lançamento da nova moeda europeia.

Análises comparadas entre a cobertura jornalística de campanhas políticas por canais de televisão privados e de serviço público, de Estrela Serrano, e da cobertura jornalística do VIH-Sida na imprensa portuguesa e angolana, do próprio Nelson Traquina, combinam a lente sociológica com a análise de conteúdo da linguagem jornalística. A obra encerra com Rui Miguel Gomes, que considera a influência da internet nas relações entre jornalistas e fontes de informação, numa perspetiva que vinca a relevância da tecnologia nessas relações.

Relação entre media e sociedade em Portugal

Nas décadas que vão de 1982 até à sua aposentação, em 2011, Nelson Traquina assistiu a (e refletiu sobre) mudanças no ambiente mediático: desregulamentação e diversificação de canais e de oferta informativa, no jornalismo audiovisual; declínio e desaparecimento de títulos de imprensa que vinham do século XIX e surgimento de novos títulos, entre os quais o jornal diário *Público* que constituiu um corte com o modelo hegemónico daquele jornalismo. Procurou responder aos primeiros desafios colocados pela digitalização e a reconfiguração do jornalismo no ciberespaço, na viragem para o século XXI, tendo orientado a primeira tese de doutoramento sobre esse tema, de Helder Bastos, em 2008. Esteve aberto a que o estudo do jornalismo em Portugal se fizesse na atenção ao que é singular e marcante nesse contexto económico, social e cultural.

A lente da História tem particular relevância para entender os processos de mediatização que marcam a sociedade portuguesa e que a distinguem de outras sociedades europeias.

No século XIX, o norte europeu viveu a revolução industrial e processos de intensa urbanização, em tempos de contestação da ordem política e religiosa. A expansão da comunicação impressa acompanhou esses processos, nas suas várias modalidades (livros, folhetos, cartazes, jornais atentos à cobertura parlamentar, ao comércio e a outras temáticas de interesse para elites e dirigentes de sociedades em mudança), alimentou e foi alimentada por uma cultura letrada e pela afirmação de novos Estados-Nação.

Esse movimento de mudança não teve intensidade semelhante em Portugal. Num país eminentemente rural e católico, três quartos da população de idade superior a sete anos não sabia ler nem escrever no final do século XIX (Tengarrinha, 1989). Quase um século mais tarde, em 1970, perto um quinto dos portugueses com mais de 10 anos continuava na mesma situação, como assinala a entrada de Educação da PORDATA.

Apenas entre 1865 e 1885 se estabelecem em Portugal condições favoráveis à transformação industrial da imprensa, a fim de se atingir um público alargado que procurasse uma diversidade de informação. A implantação de jornais como o *Diário de Notícias*, o *Jornal de Notícias* ou *O Século* atingirá o auge na década de 1920, antes do aparecimento da rádio, e combinou a informação de interesse público (nacional, economia, internacional) e informação de proximidade, assente numa rede de correspondentes locais e de iniciativas junto os seus leitores, de filantropia e de mobilização. A relativamente escassa "esfera pública" mediada pela imprensa em Portugal é assim relevante na sua história dos media e da política.

Processos de eletrificação associados à comunicação que marcaram a segunda vaga da mediatização (Couldry e Hepp, 2018) tardaram a ter impactos em Portugal. Como em outros processos industriais, também a produção do impresso beneficiou dessa nova fonte de energia e está associada à emergência de tecnologias que levaram mais longe as infraestruturas de comunicação à distância no tempo e no espaço (o telégrafo, o telefone, os cabos submarinos). Este contexto tornaria ainda possível uma panóplia de novos media sonoros e audiovisuais (cinema, indústria discográfica, rádio, televisão) no século XX.

Como realçam Couldry e Hepp (2018), a eletrificação não é uma mera extensão da mecanização dos media na medida em que acentua a interligação entre meios numa nova estrutura tecnológica. Entre as interdependências que vão moldar relações entre este ambiente mediático e contextos sociais, políticos, económicos e culturais, estão as novas possibilidades de afirmação de culturas transnacionais e a possibilidade de transmissão simultânea de conteúdos dos media a larga distância. Esta última tornou-se possível com a emergência e consolidação de organizações e indústrias do cinema e da televisão e viria a criar audiências globais para assistirem a "eventos mediáticos" (Katz e Dayan, 1992), um novo género televisivo marcado pela preparação cuidada entre promotores e profissionais do audiovisual, transmissão em direto e constituição de públicos envolvidos a uma escala nunca vista em termos de espaço e de sincronia. A chegada dos astronautas norte-americanos à Lua, em 1969, foi um desses primeiros momentos de uma audiência televisiva global.

Em Portugal, a eletrificação fora dos principais centros urbanos iniciou-se apenas nos anos cinquenta do século XX. O meio radiofónico foi por isso marcado por dificuldades de transmissão, que tornavam intermitentes as suas emissões, e o mesmo aconteceria com os primeiros anos da televisão em Portugal. Apenas depois do 25 de Abril se colocou o objetivo de levar a eletricidade a todas as regiões, porque ainda na década de 1970 havia muitas zonas rurais, mesmo perto de Lisboa, sem energia elétrica. O processo ficou concluído no final da década seguinte e prosseguiu com a melhoria da qualidade da rede.[2] A televisão tardaria a ter a presença massiva nos lares, o que aconteceu depois do 25 de abril e a que esteve também associada a nova informação e programação – essa expansão seria afirmada na década seguinte.

O atraso infraestrutural elucida as condições difíceis de penetração nos lares dos novos meios audiovisuais, entretanto surgidos: a rádio, nos anos trinta, e a televisão, nos anos cinquenta. Contudo, como em todo o mundo, a chegada à Lua foi transmitida em direto pelo então canal único da RTP, constituindo-se como um marco geracional. Imagens em direto da manifestação do primeiro 1º de Maio em liberdade, em 1974, constituíram um momento de celebração, tal como o debate, transmitido em direto a 6 de novembro de 1975, entre os líderes políticos em confronto, Mário Soares e Álvaro Cunhal, se constituiria como referência político-mediática. Ambos iriam fazer parte dos documentos incontornáveis para a história política e social portuguesa, tal como as telenovelas brasileiras – inauguradas em Portugal pela adaptação da obra *Gabriela, Cravo e Canela*, de Jorge Amado - se inscreveriam no ADN da programação televisiva no país.

A década de 1980 vai ser em Portugal marcada por tempos de profunda crise económica e política, na sua primeira metade, e pela entrada na Comunidade Económica Europeia, na segunda, que permitirá ao país beneficiar de fundos europeus. Essa entrada afeta a transição para um ambiente mediático marcado pela privatização do setor público da imprensa e pela preparação do aparecimento de novos canais privados, de rádio e de televisão.

Em *Big Show Media*, Nelson Traquina (1997) contextualiza e apresenta mudanças no sistema mediático que então se verificavam na Europa e em Portugal, recuando no tempo e analisando as políticas audiovisuais que mudaram o panorama mediático a partir da década de 1980: as tendências relativas ao audiovisual, com atenção ao cinema, às políticas para o audiovisual nos governos de Cavaco Silva, os primeiros anos da concorrência dos canais televisivos privados, SIC e TVI, as tendências da programação televisiva neste novo ambiente. Conclui que "o grande vencedor" da "guerra das audiências na nova era da concorrência" foi "o modelo norte-americano de televisão, isto é, a primazia da televisão comercial, em detrimento do modelo tradicional, no continente europeu, de televisão de serviço público" (Traquina, 1997, p.113).

Pelo que referimos sobre as deficientes condições infraestruturais, socioeconómicas e culturais do país, vale a pena reter o que os dados sobre o cinema revelam da fragilidade em termos de audiências: pouco mais de 11 mil espetadores assistiram a filmes em 1940; o pico de espetadores, atingido em 1975, com mais de 41

[2] https://lojaluz.com/faq/historia-mercado-eletricidade-portugal, acedido a 22 de janeiro de 2020.

mil, ocorreu no primeiro ano sem censura prévia; o número de espetadores desceu para perto de 31 mil em 1980 e para pouco mais de 10 mil em 1990. A televisão estava cada vez mais presente nos lares - aos dois canais da RTP, acedidos por via hertziana, juntava-se já a televisão via satélite e captada por parabólicas, abrindo o acesso a canais internacionais.[3] E nessa década ao aparelho de televisão juntava-se também toda a parafernália digital – as câmaras de filmar caseiras, videogravadores e vídeo leitores, videoclubes, consolas de jogos, computadores pessoais – adquiridos por uma camada populacional, sobretudo jovem e urbana, ávida por novos consumos e experiências e por quebrar o isolamento cultural em que tinham vivido gerações anteriores.

Agendas de pesquisa em tempos digitais

Mas aqueles eram ainda os primeiros sinais do digital. A digitalização associada ao computador, ao telemóvel e à internet disseminou-se a uma velocidade nunca dantes alcançada a partir da última década do século passado, na sua articulação com a iniciativa privada e os mercados, sobretudo nos países com boas infraestruturas de telecomunicações e populações com nível educacional elevado. Na Europa, o fosso digital norte-sul no que se refere às suas gerações mais velhas ainda continua a manifestar-se.

Na primeira década de 2000, numa sucessão de passos, um pequeno número de grandes empresas privadas com origem norte-americana – Google, Facebook, Amazon, Apple – passou a atuar diretamente sobre os consumos mediáticos a uma escala global. Enquanto nos últimos anos a China tem vindo a afirmar-se neste mercado internacional, a Europa tem procurado introduzir regras e regulação às grandes companhias nomeadamente na proteção de dados pessoais (van Dijck, 2018). O mundo digital não é homogéneo. Milhões de utilizadores digitais não viveram os primeiros anos do acesso lento e complexo à informação digital, entraram diretamente na internet por via dos ecrãs tácteis e dos ícones das redes sociais, numa experiência marcada pelo imediato e pela intensificação dos processos de dataficação que estão na base de uma nova economia, a economia informacional.

Em Portugal, a expansão dos meios digitais apresenta uma clivagem geracional onde pesa o baixo nível de escolaridade de gerações mais velhas. Em 2002, 31 por cento dos portugueses tinham acesso à internet, menos de metade dos valores registados na Holanda, Dinamarca e Suécia. Apenas em 2010 mais de metade da população portuguesa acima dos 16 anos já tinha utilizado a internet. Em 2018, essa utilização situa-se nos dois terços da população, no contraste entre mais novos (quase universal) e mais idosos (cerca um em cada três).

A partir dos anos 2000 foram sempre os mais jovens (16-24 anos) a liderar nos acessos digitais. Políticas públicas de equipamento escolar e de incentivo à posse de computadores portáteis e ao acesso à internet, associadas a parcerias com em-

[3] https://museu.rtp.pt/livro/50Anos/Livro/DecadaDe80/GrandesProjectosNovosDesafios/Pag10/default.htm. Acedido a 22 de janeiro de 2020.

presas de telecomunicações e dirigidas a estudantes a partir do 1º ciclo, tiveram um impacto nos finais da primeira década, colocando o país numa posição de destaque no que se refere ao acesso naqueles níveis de ensino. Como noutros países, não existem estatísticas nacionais regulares sobre o acesso aos meios digitais abaixo dos 16 anos, embora as que existem revelem que nos lares portugueses com crianças os valores de acesso à internet estão acima da média nacional.

Como as vagas anteriores, a vaga da digitalização é marcada por processos de relação estreita com a sociedade que aqui se intensificam pela infraestrutura da internet. Esta nova mediatização incorpora velhos e novos media. A rádio, a televisão e o cinema tornaram-se digitais nas suas formas de produção e de apropriação por audiências; o modelo de negócio dos velhos media, que assentava na 'venda de audiências' para colocação de publicidade, entrou em crise com novos modelos de negócio reorientados pelo marketing e publicidade digital para chegar a consumidores segmentados através de novas plataformas. Com as redes sociais intensificadas pela web 2.0, a produção mediática e jornalística extravasou a esfera das indústrias e tem vindo a configurar-se de modos que contam com a participação crescente da figura híbrida daquele que consome, cria, faz curadoria de conteúdos, incluindo os noticiosos, e os recoloca em circulação (Bruns e Highfield, 2012).

As duas primeiras décadas do século XXI foram tempos de uma ainda mais profunda imbricação entre os media e a sociedade, transformando a sua presença e impacto pelo aprofundamento da conectividade e da convergência em formas de *mediatização profunda* (Couldry e Hepp, 2017). Esta nova relação entre media e sociedade é marcada pela crescente diferenciação tecnológica, de meios e de funcionalidades, com mudanças a vários níveis (Hepp e Hasebrink, 2017, pp. 22-23): crescente conectividade entre meios, clássicos e recentes; ubiquidade marcada pela rápida expansão de meios móveis, curto-circuitando distâncias; compressão do tempo gerada pelo ritmo acelerado da inovação; pressão para uma exposição pública e para conformidade face a estas mudanças; número crescente de objetos digitais periféricos e incorporados no quotidiano , a 'internet das coisas', e respetivos processos de dataficação e controlo digital.

Para Deborah Lupton (2015) estes tempos digitais ativaram seis perspetivas para estudo dos media: as *novas formas de poder* na economia de uma informação global, onde a circulação do conhecimento através de mega plataformas muda os modos como aquele é produzido e reproduzido; a constituição de dados e de tecnologias como *objetos socio-materiais*, convocando a atenção para elementos não-humanos e para a área emergente dos Estudos de Software; as *práticas de consumo e de produção* que alimentam modelos neoliberais de economia e que reduzem a relevância reguladora e do Estado; a disponibilidade da internet se constituir como *arquivo,* que suscita questões sobre políticas de conhecimento, propriedade intelectual e controlo de dados, de direitos de privacidade e de identidade que podem ser postos em causa; a *vigilância digital* e as suas dimensões sociais, políticas e culturais; a *personificação digital*, com atenção aos modos como os novos artefactos materiais são investidos e incorporados, fundidos com os corpos, constituindo-se como 'territórios do eu' e marcados pelo seu uso individual.

O *smartphone* é nestes tempos o artefacto digital mais investido e incorporado pelas novas gerações, substituindo o computador portátil como objeto primor-

dial de uso corrente. O recente questionário da rede EU Kids Online aponta que, em Portugal, cerca de quatro quintos de jovens entre nove e 17 anos de idade acedem à internet diariamente através do seu *smartphone*, muito acima dos que acedem diariamente por outros dispositivos (Ponte e Baptista, 2019). As atividades mais referidas, por cerca três em quatro, remetem para entretenimento (ouvir música, ver filmes e vídeos) e comunicação (comunicar com amigos e familiares, ir a redes sociais); a procura de notícias e a participação em grupos online com idênticos interesses e hobbies são referidas por menos de um terço. Além de dificuldades reconhecidas em competências informacionais e criativas, cerca de um quarto dos entrevistados aponta também que no último ano teve experiências digitais que os incomodaram. Oportunidades e riscos digitais envolvem também os adultos, apetrechados com diferentes recursos para os enfrentar.

O conceito de mediatização profunda tem-se vindo a afirmar na pesquisa em media na atenção a dois fenómenos: a *velocidade da expansão tecnológica* que faz com que não seja mais possível continuar a considerar os media como uma esfera separada da sociedade (Livingstone, 2009); e o *impacto dessa mediação* nos modos como afeta a construção da realidade social em qualquer dos seus domínios sociais (Hepp e Hasebrink, 2017). O jornalismo, um desses domínios, é de capital importância para a democracia.

Os contextos digitais de produção e de apropriação da informação jornalística alteraram de modo profundo as condições do trabalho jornalístico. Mark Deuze (2007) considera mesmo o desaparecimento do modelo hegemónico - centrado na imprensa diária e noticiários televisivos - e o esbatimento de fronteiras entre jornalismo e outras formas de comunicação pública. O seu modelo de negócio, assente em vendas e receitas publicitárias, enfrenta a indisponibilidade de leitores que se habituaram à circulação digital gratuita de todo o tipo de conteúdos e em constante atualização. As redações multimédia exigem profissionais polivalentes, aptos a manejar tanto os procedimentos jornalísticos que distinguem a informação jornalística editada como os recursos tecnológicos, reunindo em si valências dantes separadas. A possibilidade de constante atualização e disponibilidade online de matéria informativa para a qual contribuem as 'histórias externas' entre elas as geradas em redes sociais, tem custos no estreitamento do espaço para investigação de novas histórias por iniciativa dos próprios jornalistas. Também a monitorização e gestão de conteúdos digitais, com a avaliação constante do seu impacto, leva a que muitos profissionais fiquem fechados em redações e ecrãs, produzindo 'lá dentro' notícias sobre o mundo 'lá fora', como assinala a pesquisa etnográfica de Quandt (2008).

A tensão entre formas estabilizadas da mediação jornalística e processos de desintermediação por via das redes sociais coloca desafios a nível da pesquisa e da formação de profissionais. Neste tempo de mediatização profunda, as lentes apontadas por Zelizer necessitam de ter presente o contexto tecnológico que marca a produção social das notícias pelos órgãos de comunicação social, a sua batalha perante o uso do Twitter ou do YouTube como canais de comunicação sem exercício do contraditório e produção deliberada de informação falsa.

Mais do que o estudo das rotinas jornalísticas que marcou a lente sociológica durante décadas, já há duas décadas Simon Cottle apontava a necessidade de estudar

práticas jornalísticas, que abrangem características facilitadoras e constrangimentos trazidos pela tecnologia digital (Cottle, 2000). Hoje, essas práticas estão marcadas por novos fluxos editoriais, pela aceleração dos processos de recolha de informação e dos padrões temporais de produção de conteúdos, pela convergência entre o impresso, o audiovisual e o online, pela combinação de múltiplas tarefas e formatos profissionais associado ao colapso do ciclo noticioso diário face à publicação constante, por valores e práticas comunicacionais emergentes, como a instantaneidade, a ambiência e a hibridez (Boczkoswki e Mitchelstein, 2017).

Todos estes pontos ajudam a formar um novo género de notícias, que esbate a diferença entre experiência, opinião e emoção e que aponta um "jornalismo positivo" e com espaço para o interesse humano, tal como tem vindo a ser apontado por Papacharissi (2017) e Wahl-Jorgensen (2018), uma linha que ativa a lente da análise cultural e que leva também a repensar a relação entre eventos e problemáticas.

Também a análise de 'grandes dados' e o trabalho em colaboração entre jornalistas de redações de vários países permitem dar novas dimensões ao jornalismo de investigação e de grande reportagem, como tem sido evidenciado na cobertura de temas como a corrupção ou a situação de refugiados, na atenção a temáticas macrossociais que interessam à Política, ao Direito e à Economia.

Revendo a articulação de lentes para o estudo do jornalismo, Barbie Zelizer (2017) destaca que se rasgaram novos olhares sociológicos, com a atenção não só aos contextos contemporâneos de digitalização, mas também aos conglomerados dos media e corporações, à convergência e condições de participação. Esse olhar sociológico diversifica-se: vai buscar à Teoria Ator-Rede a atenção aos objetos socio-materiais e às novas configurações que emanam do digital; recorre à antropologia para rever procedimentos do método etnográfico do estudo de práticas profissionais; integra a teoria dos campos sociais, de Pierre Bourdieu. Os últimos trabalhos de Nelson Traquina evidenciavam a sua atenção a esta teoria sociológica para o estudo do jornalismo.

Nota final

Nelson Traquina viveu na NOVA estes tempos de transição mediática. A sua biografia de filho de imigrantes rurais da região de Alcobaça, nascido e educado no estado de Massachussets - cuja tradição política do Partido Democrata não se cansava de reiterar a par dos valores da grande imprensa do leste norte-americano - cruza-se com a sua formação avançada em França e com a oportunidade que agarrou ao ingressar como docente no primeiro curso de Comunicação Social em Portugal. Regressou à sua cidade de origem, Springfield, MA, quando se retirou da Universidade, numa decisão onde pesaram razões familiares. Gerações de profissionais dos media e do jornalismo recordam-no como professor, os muitos orientandos que acompanhou recordam o seu empenho, disponibilidade e a liberdade de investigação que lhes proporcionou, os investigadores com quem trabalhou agradecem o caminho que abriu. Pela minha parte, obrigada, Nelson Traquina, pelo seu legado e entusiasmo.

Referências biográficas

Boczkowski, P., & Mitchelstein, E. (2017). Scholarship on Online Journalism: Roads Traveled and Pathways Ahead. In P. Boczkowski & C. Anderson (Eds.), *Remaking the News. Essays on the Future of Journalism Scholarship in the Digital Age* (pp. 15-26). Cambridge: MIT Press.

Bruns. A., & Highfield, T. (2012). Blogs, Twitter and Breaking News: the Produsage of Citizen Journalism. In R.A. Lind (Ed.), *Producing Theory in a Digital World*. New York: Peter Lang.

Cottle, S. (2000). New(s) Times: Towards a 'Second Wave' of News Ethnography. *Communications*, *25*(1), 19-41. doi:10.1515/comm.2000.25.1.19

Couldry, N., & Hepp, A. (2017). *The Mediated Construction of Reality.* London: Polity Press.

Dayan, D., & Katz. E. (1992). *Media Events*. Harvard University Press.

Deuze, M. (2017). On Media and Entrepreneurship as way of being in the World: a Challenge to Journalism Education. In R. S. Goodman & E. Steyn (Eds.), *Global Journalism Education in the 21st Century: Challenges & Innovations* (pp. 307-326). Austin: Knight Center for Journalism in the Americas, University of Texas at Austin.

Hepp, A., & Hasebrink, U. (2018). Researching Transforming Communications in times of Deep Mediatization: a Figurational Approach. In A. Hepp, A. Breiter, U. Hasebrink (Eds.), *Communicative Figurations. Transforming Communications in Times of Deep Mediatization* (pp.15-48). Palgrave Macmillan.

Livingstone, S. (2009). On the Mediation of Everything: ICA presidential address 2008. *Journal of Communication*, *59*(1), 1-18. doi:10.1111/j.1460-2466.2008.01401.x

Lupton, D., (2015). *Digital Sociology*. New York: Routledge.

Papacharissi, Z. (2017). Commentary: Remaking Events, Storytelling and the News. In P. Boczkowski & C. Anderson (Eds.), *Remaking the News. Essays on the Future of Journalism Scholarship in the Digital Age* (pp.147-154). Cambridge: MIT Press.

Ponte, C. (2004). *Notícias e Silêncios. A cobertura da Sida no Diário de Notícias e Correio da Manhã (1981-2000)*. Porto: Porto Editora.

Ponte, C., Silva, M. T., Calado, V. (2012). O Dia Mundial da Sida 2011. Revisitando Elementos para uma Teoria da Notícia. In I. Cunha, Cabrera, A. & Sousa, J. P.(Eds.), *Pesquisa em Media e Jornalismo. Homenagem a Nelson Traquina* 203 – 214. Labcom

Ponte, C., & Batista, S. (2019). *EU Kids Online Portugal 2018. Usos, competências, riscos e mediações da internet reportados por crianças e jovens (9-17 anos).* EU Kids Online e NOVA FCSH.

Quandt, T. (2008). News Turning and Content Management: An Observation Study of Old and New Routines in German Online Newsrooms. In C. A. Patterson & D. Domingo (Eds), *Making Online News: The Ethnography of New Media Production* (pp. 77-97). New York: Peter Lang.

Tengarrinha, J. (1989). *História da Imprensa Periódica em Portugal*. Lisboa: Editorial Caminho.

Traquina, N. (1993). *Jornalismo: Questões, Teorias e 'Estórias'*. Lisboa: Veja.

Traquina, N. (1997). *Big Show Media*. Lisboa: Editorial Notícias.

Traquina, N., & Mesquita, M. (Orgs.).(2003). *Jornalismo Cívico*. Lisboa: Livros Horizonte.

Traquina, N., Torres da Silva, M., & Calado, V. (2007). *A Problemática da SIDA como Notícia*. Lisboa: Livros Horizonte.

Traquina, N. (Org.).(2010). *Do Chumbo à Era Digital. 13 Leituras do Jornalismo em Portugal*. Lisboa: Livros Horizonte.

Van Dijck, J. (2018, November). *The Geopolitics of Platforms: Lessons for Europe*. Keynote. VII Conferência da ECREA, Lugano.
Wahl-Jorgensen, K. (2019). *Emotions, Media and Politics*. Cambridge: Polity Press.
Zelizer, B. (2004). *Taking Journalism Seriously.* London: Sage.
Zelizer, B. (2017). *What Journalism Could Be.* Cambridge: Polity Press.

Nota biográfica

Cristina Ponte, professora catedrática em Estudos dos Media e do Jornalismo no departamento de Ciências da Comunicação da NOVA FCSH, pesquisa sobre a relação entre gerações e media, em Portugal e em projetos europeus. Foi membro da direção da COST Action IS0906 sobre Audiências (2010-2014) e desempenhou cargos de direção em sessões da ECREA (Audiências; Crianças, jovens e media). Na sua licenciatura em Comunicação Social, foi aluna de Nelson Traquina, que foi também o seu orientador de mestrado (1994) e de doutoramento (2002).

Ciência ID: 4C10-9A6B-0FE9
ORCID iD: 0000-0002-1534-4784
Scopus Author ID: 35971390500
Email: cristina.ponte@fcsh.unl.pt
Morada institucional: Universidade Nova de Lisboa, Instituto de Comunicação da NOVA, Av. de Berna, 26-C – Lisboa 069-061, Portugal

* Submetido| Received: 2020.04.14
* Aceite | Accepted: 2020.07.15

A noticiabilidade fotográfica do Sidonismo: uma leitura da *Ilustração Portuguesa* (1917-1918) com base na proposta de Nelson Traquina sobre valores-notícia

Sidonism's photographic news: a reading of *Portuguese Illustration* (1917-1918) based on Nelson Traquina's proposal on news values

https://doi.org/10.14195/2183-5462_37_4

Jorge Pedro Sousa
Universidade Fernando Pessoa
Instituto de Comunicação da NOVA – ICNOVA
jpsousa@ufp.edu.pt

Fátima Cardoso Lopes
Instituto Politécnico de Lisboa. Escola Superior de Comunicação Social
Instituto de Comunicação da NOVA – ICNOVA
fatimalcardoso@gmail.com

Helena Lima
Universidade do Porto. Universidade de Letras
hllima@letras.up.pt

Resumo

O regime de Sidónio Pais promoveu uma encenação pública do poder centrada no chefe. Ao tempo, o fotojornalismo era já uma prática consolidada, ganhando expressão na *Ilustração Portuguesa*, única revista ilustrada de informação geral que circulava em Portugal. De que maneira o discurso fotográfico refletiu, cronologicamente, a marcha do tempo e a coreografia do poder orquestrada pelo Sidonismo e como se entrelaçou com, ou afetou, os princípios da noticiabilidade e os critérios de valor-notícia? Esta investigação procura responder à questão, recorrendo a uma análise do discurso qualitativa das manifestações fotográficas do Sidonismo. Concluiu-se que o discurso fotográfico da *Ilustração Portuguesa* alimentou o mito de Sidónio Pais, afetando o imaginário e a memória históricas, e que os critérios de noticiabilidade foram influenciados de maneira a acomodar o discurso mediático à situação política. A notoriedade da personagem sobrepôs-se a outros valores-notícia.

Palavras-chave

Sidónio Pais; fotografia, fotojornalismo, *Ilustração Portuguesa*, noticiabilidade

Abstract

Sidónio Pais' regime implemented a public performance of power centered on the chief. At the time, photojournalism was already a consolidated practice in *Ilustração Portuguesa*, the only news illustrated magazine that then circulated in Portugal. How has the photographic discourse chronologically reflected the march of time and the choreography of power orchestrated by Sidonism, and how has this intertwined or affected the principles of newsworthiness and news values criteria? This research seeks to answer the starting question, throughout a qualitative discourse analysis of photographic manifestations of Sidonism in that magazine. We conclude that the photographic discourse of *Ilustração Portuguesa* fed the myth of Sidónio Pais, affecting the imaginary and historical memory and that the criteria of newsworthiness were affected to accommodate news media discourse to the political situation. The notoriety of the character overlapped any other news values.

Keywords

Sidónio Pais; photography; photojournalism; *Ilustração Portuguesa*; newsworthiness

Introdução

A ascensão ao poder de Sidónio Pais foi o produto fortuito de uma das várias conjuras armadas que desestabilizaram a I República. Os unionistas de Manuel Brito Camacho, ala direita dos republicanos, conspiraram para remover do poder os democráticos[1] de Afonso Costa pela força das armas, com financiamento da alta burguesia e de grandes proprietários (Oliveira Marques, 1995, pp. 569-570). O líder que encontraram, perante a indefinição de Camacho, foi o major Sidónio Pais (Ramos, Sousa e Monteiro, 2009, pp. 608-609), um destacado republicano, membro do Partido Unionista, maçon, germanófilo, ex-presidente da Câmara de Coimbra (1910), ex-deputado (1911), ex-ministro do Fomento e ex-ministro das Finanças (1911-1912), ex-embaixador de Portugal em Berlim (1912-1916), e professor catedrático de matemática da Universidade de Coimbra, onde chegou a vice-reitor.

O golpe militar liderado por Sidónio Pais ou, segundo Oliveira Marques (1995, p. 570), a "rebelião antidemocrática", teve lugar entre os dias 5 e 8 de dezembro de 1917, provocando cerca de cem mortos e quase 500 feridos. Sidónio ascendeu à liderança do país. "Era ainda um desconhecido. Ia tornar-se um mito" (Ramos, Sousa e Monteiro, 2009, p. 609). Manteve o poder durante cerca de um ano, até ser assassinado, a 14 de dezembro de 1918. Afonso Costa, líder do Governo, e o Presidente da República, Bernardino Machado, tiveram de abandonar o país.

Sidónio Pais adquiriu "uma auréola popular", apresentando-se com "o libertador dos pesadelos coletivos", de quem se esperava "o fim da guerra, o fim da agitação interna, o fim do conflito com a Igreja e o reatamento de relações com a Santa Sé, o fim da política partidária, que se desacreditara, e a (...) reconciliação nacional" (Saraiva, 2003, p. 107). Entendendo o poder da construção e gestão de uma imagem pública

[1] O chamado Partido Democrático era, na verdade, o velho Partido Republicano Português, depois da cisão de unionistas e evolucionistas, situados mais à direita do espectro político, em 1912.

adequada às expetativas populares, "compôs uma figura de caudilho, fardado, com um protocolo vistoso, sempre rodeado pelos jovens cadetes (...). Dispôs-se a contactar diretamente a população. Viajou de norte a sul. Fez discursos (...). Muita gente ficou impressionada pelas manifestações populares à sua volta." (Ramos, Sousa e Monteiro, 2009, pp. 609-610). Exibiu, ainda, o Exército, de cujo apoio necessitava, em paradas aparatosas (Oliveira Marques, 1995, pp. 569-570).

As abordagens históricas sobre Sidónio Pais não são consensuais, como aliás não o são para os diferentes protagonistas da I República. O Sidonismo, a República Nova ou Dezembrismo são distintas denominações para uma mesma temática, de que resultam perspetivas políticas e históricas de enquadramentos muito diferenciados, ora atribuindo-lhe um papel messiânico e anti-sistema, ora facilitador do partido monárquico e da Igreja, ora um ensaio para a ditadura salazarista.

O Sidonismo, entendido como um campo ideológico próprio, é de difícil caracterização. O processo de conquista de poder, através do golpe de estado de 5 de Dezembro de 1917, apesar de ter sido gerado no campo partidário da República, resultaria no afastamento de Brito Camacho e dos Unionistas do projeto sidonista. No campo político, Silva (2002, p. 271) define-o, como um golpe militar nascido nas fileiras republicanas marginais e excluídas, os evolucionistas, os unionistas e patentes militares descontentes com o regime.

Essencialmente, o novo projeto político reunia uma concordância comum, "Portugal livre do democráticos" (Ramos 1994, p. 616), mas a dificuldade em encontrar um programa de representação partidária terá levado ao afastamento de Sidónio Pais da perspetiva da representação parlamentar. A alteração constitucional de Dezembro de 1917, instituiu arbitrariamente o sufrágio direto na eleição do Presidente da República, abrindo caminho para um presidencialismo de tipo americano ou brasileiro. Para Silva, esta conceção de poder, resultaria das "anomalias" do regime republicano de 1917, e teve como efeito perverso a "desequilibrada personalização do Poder Executivo, estimulada pela excessiva personificação coletiva na figura do Presidente da República e Chefe de Governo." (Silva, 2002, p. 276).

O programa do sidonismo evoluiu da agregadora oposição aos democráticos para a proposta de um novo regime, onde os partidos seriam o principal obstáculo à harmonia nacional, contrapondo um partido único "dos homens de bem para bem servir a pátria", nas próprias palavras de Sidónio. Na mesma linha, o regime parlamentar seria igualmente condenado. No plano programático, a "República Nova" proposta por Sidónio Pais traduziu-se num afastamento da perspetiva da representatividade partidária e parlamentar, ao mesmo tempo que procurou granjeou apoios entre os católicos e monárquicos.

Num período marcado pelas dificuldades da Guerra e diferentes clivagens económicas, socias e militares, a atração dos setores mais conservadores parece ter sido a solução possível, dado o afastamento das tradicionais forças republicanas. Em termos pragmáticos, o ideário do poder, corporizado no Partido Nacional Republicano, parece não ter apresentado outras linhas, o que poderia ser contraditório com a popularidade do Presidente, sufragado com uma aprovação largamente maioritária nas eleições de Abril, e em que não participaram os três partidos do arco da I República.

Para Marques (1991, p. 718) a ideia política cimentou-se unicamente em torno da pessoa e as características pessoais que foram o elemento de sedução no seu

curto período no poder. Esta capacidade de "seduzir, conduzir, ser amado e seguido" (Medina, 1997, p.173) terá resultado das inúmeras aparições públicas e vistas pelo país, onde Sidónio encontraria alento para contrariar as adversidades sentidas na governação (Silva, 2002).

As representações do elegante líder militar estão presentes nas páginas da Ilustração Portuguesa, tratadas neste estudo, mas também nos enquadramentos históricos. A visão do oficial do exército "galante e bravo, elegante no seu uniforme militar" (Marques 1991, p. 718) parece ser o elemento de conquista dos seus seguidores e terá contribuído para a projeção de uma certa *mise-en-scène* monárquica do seu poder (Ramos, 1994), imagem acentuada e perpetuada pelo poema de Pessoa de 1920, «À Memória do Presidente-Rei Sidónio Pais»

Fosse ou não chefe carismático ou militar menor, dependendo da abordagem histórica, a sua morte violenta e prematura terá contribuído para o acentuar da ideia do mito do presidente messiânico. A continuidade do sidonismo teria ainda consequências na evolução do ideário republicano e dos acontecimentos posteriores à sua morte.

Durante a I República, a imprensa, força considerável na sociedade portuguesa (Matos, 2014), aderiu ao sedutor e cativante espetáculo encenado pelo poder sidonista (Sousa, 2013, pp. 183-190; Saldanha, 2018), impondo o Presidente-Rei no imaginário social (Saldanha, 2018), com a cumplicidade do fotojornalismo (Sousa, 2013, pp. 183-190), cujo palco principal se materializava nas revistas ilustradas. Impõem-se, assim, duas perguntas:

> 1.Qual foi a narrativa fotográfica do período sidonista construída pela revista *Ilustração Portuguesa*, que era, à época, o principal palco do fotojornalismo nacional?
>
> 2. Até que ponto a noticiabilidade dos acontecimentos durante o período sidonista se moldou – se é que se moldou – à encenação visual do poder montada por Sidónio Pais e centrada na sua figura?

A investigação, centrada no estudo das manifestações fotográficas noticiosas do período sidonista na revista *Ilustração Portuguesa*, teve por objetivos:

> 1. Descrever, diacronicamente, a narrativa fotográfica desse período, conforme foi expressa nessa publicação;
>
> 2. Sincronicamente, aplicar a grelha interpretativa sobre a noticiabilidade construída por Nelson Traquina ao estudo de manifestações fotográficas noticiosas daquele período na citada revista, com os objetivos secundários de aclarar quais foram: (a) os valores-notícia imanentes aos acontecimentos associados ao Sidonismo que contribuíram para a sua seleção como notícia; (b) os valores-notícia contextuais que facultaram a seleção desses acontecimentos; e (c) os valores-notícia que nortearam a transformação daqueles acontecimentos em notícias gráficas.

Partiu-se das seguintes hipóteses:

1. A seleção dos acontecimentos que foram objeto de cobertura fotográfica pela *Ilustração Portuguesa* refletiu a conjuntura do período sidonista e o viés ideológico do Sidonismo;

2. Tendo em conta as circunstâncias particulares do período sidonista e a ideologia do Sidonismo, as fotografias publicadas na *Ilustração Portuguesa* contribuíram, a seu modo, para o engrandecimento do regime sidonista e para o culto da personalidade devotado a Sidónio Pais.

A metodologia da investigação, de natureza qualitativa, combinou três procedimentos.

A primeira operação consistiu na apreciação conjunta, sistemática e temporalmente organizada das fotografias referentes ao período sidonista publicadas na revista *Ilustração Portuguesa*. Observaram-se os casos fotográficos particulares, mas procurou-se, na sucessão destas singularidades, encontrar os "padrões de significado" (Scheufele, 2008, p. 969), as "estruturas de significado coerentes" (Scheufele, 2008, p. 967), que traduzissem, por indução reconstrutiva, globalmente, a narrativa fotográfica do período sidonista na revista *Ilustração Portuguesa*.

A segunda operação consistiu na seleção e recolha de exemplos para a construção do *corpus* de fotografias a analisar. Os exemplos fotográficos foram selecionados tendo em conta o seu potencial para ancorarem, pela sua *representatividade* (Scheufele, 2008, p. 969), a reconstrução indutiva da narrativa foto-discursiva da *Ilustração Portuguesa* sobre o período sidonista e justificarem o seu estudo particular. Escolheram-se, pois, fotografias que, pela sua representatividade, constituíssem o que se podem considerar exemplos-padrão (Scheufele, 2008, p. 969), em função do momento, do motivo ou tema, da singularidade a que se referem e da variedade autoral.

O *corpus* empírico foi, assim, composto com base numa amostra arbitrária por casos notáveis, que Wimmer e Dominick (1996, p. 70) consideram ser uma "amostra estratégica". Enquanto amostra estratégica, é não probabilística, mas sistemática, já que foi construída, sistematicamente, em função da notabilidade e representatividade detetada nas fotografias selecionadas para o *corpus*, de acordo com os princípios de variação determinados. São amostras admissíveis na investigação em comunicação, quando se procura "compreender processos e não populações" (Hayes, 2008, p. 4451).

O terceiro procedimento consistiu na apreciação singular de cada uma das fotografias integrantes da amostra, no contexto de publicação (isto é, tendo em conta o tema e o texto da matéria em que surgiram inseridas), para delas deduzir – ou seja, chegar a uma verdade particular a partir de uma verdade geral – os padrões de noticiabilidade que possam ter motivado a sua publicação, de acordo com a proposta teórica de Nelson Traquina (2002).

1. A noticiabilidade segundo Nelson Traquina

A noticiabilidade segundo Traquina tem pertinência metodológica no estudo de caso em análise, na medida em que autor nos coloca perante uma conceptualização dinâmica. Partindo de uma perspetiva histórica dos valores-notícia, o seu livro

remete para uma reflexão que tem como base as categorizações clássicas propostas por Galtung & Ruge (1965/1993) e Erik, Baranek & Chan (1987), que depois de explanadas se traduzem na diferenciação dos valores-notícia de seleção e de construção (Traquina, 2002, p. 186) e que serviriam de ponto de partida para sua própria proposta conceptual.

Em Dicinding What's News, Gans insere as questões de noticiabilidade não só nos processos decisórios dos jornalistas, mas também no processo de partilha de valores onde os media e profissionais se inserem (Gans, 2004, p. 40). Nesta redição do seu livro, Gans reflete sobre as novas dinâmicas do universo mediático, apontando elementos diferenciadores e elementos de continuidade. Acerca destes últimos, refere: "To the extent that they can, journalists pursue much of the same values as before", acrescentando: "But news has to be available before journalists can choose what they consider suitable" (in Preface to the New Edition: xi). Retomando a ideia de intemporalidade dos valores notícia apresentada por este autor, Shoemaker & Reese referem a importância de padrões/critérios de noticiabilidade na construção das notícias e nas rotinas orientadas para audiências (2014, p. 170).

Dado o papel central que no processo decisório inerente à construção noticiosa, as abordagens teóricas são multifacetadas, podendo centrar-se, como na obra de Gans, na especialização do médium, nas temáticas, nas coberturas jornalísticas, constrangimentos ou outros, o que é atestado pela vasta bibliografia existente.

O processo de decisão na construção noticiosa evolui de acordo com as dinâmicas históricas do sistema mediático. Retomando a abordagem holística desta temática, o trabalho de O'Neill & Harcup (2001) propõe uma metodologia de análise que tem como base a taxionomia proposta por Galltung & Ruge. Em trabalhos mais recentes (2009; 2016) os autores aplicam e atualizam os aspetos conceptuais a novas dinâmicas do processo mediático, nomeadamente em media sociais. Os resultados apontam para valores inovadores como o de partilhas, mas também de permanência como conflito e exclusividade (O'Neill & Harcup, 2016). É uma lógica deste tipo, a aplicação de um modelo comprovado, que está subjacente ao modelo de análise escolhido para este estudo de caso.

Nelson Traquina (2002, p. 187 e 276) explicita que "as notícias apresentam um 'padrão' geral bastante estável e previsível", sendo a "previsibilidade do esquema geral das notícias" decorrente da "existência de critérios de noticiabilidade" historicamente estáveis. Provando que os temas das notícias dos primeiros periódicos continuam, em grande medida, a ser os temas das notícias no jornalismo atual, Traquina (2002, pp. 174-176) relembra que as notícias sobre celebridades, assassínios, catástrofes, acontecimentos insólitos, guerras e batalhas, heróis e trocas comerciais, entre outros temas, sempre tiveram lugar nos jornais, desde o século XVII. A noticiabilidade seria, assim, de acordo com Nelson Traquina (2002, p. 173):

> o conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, de possuir valor como notícia. Assim, os critérios de noticiabilidade são o conjunto de valores-notícia que determinam se um acontecimento, ou um assunto, são suscetíveis de se tornar notícia, isto é, serem julgados como transformáveis em matéria noticiável, por isso, possuindo "valor-notícia".

Nelson Traquina (2002, p. 186) nota que existem dois tipos de critérios de noticiabilidade: (1) os critérios de seleção; e (2) os critérios de construção.

> os valores-notícia de seleção referem-se aos critérios que os jornalistas utilizam na seleção de um acontecimento (...). Os valores-notícia de seleção estão divididos em dois subgrupos: a) os critérios substantivos que dizem respeito à avaliação direta do acontecimento em termos da sua importância ou interesse como notícia, e b) os critérios contextuais que dizem respeito ao contexto de produção da notícia. Os valores-notícia de construção são qualidades da sua construção como notícia e funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário nessa construção. (Traquina, citando Wolf, 2002, pp. 186-187)

Segundo Traquina (2002, pp. 187-198), os valores-notícia de seleção (cf. Tabela 1) são os seguintes: morte; notoriedade; proximidade; relevância (ou impacto); novidade; fator tempo/atualidade, cabide noticioso; notabilidade; surpresa; conflito ou controvérsia; infração; e escândalo.

Valores-notícia	Conceito
Morte	A morte atrai a atenção e contribui para explicar o negativismo do noticiário.
Notoriedade	A notoriedade e celebridade dos protagonistas, o seu lugar privilegiado na hierarquia social, gera interesse noticioso.
Proximidade	Os acontecimentos geográfica e culturalmente próximos mais provavelmente se convertem em notícia.
Relevância	Acontecimentos que têm impacto sobre a vida das pessoas, ou que afetam ou mobilizam mais gente, têm mais hipóteses de se tornar notícia, tal como os acontecimentos sucedidos em países importantes (pela sua dimensão, número de habitantes, peso nas relações internacionais, etc.) ou ocorrências em que os mesmos estejam envolvidos.
Novidade	O que é novo, ou uma nova perspetiva sobre um acontecimento do passado, tem valor noticioso. Os jornalistas, como diz Traquina (2002: 189), são sensíveis à primeira e à última vez.
Tempo	O que é atual tem mais possibilidades de se tornar notícia.
Cabide noticioso	Um acontecimento já noticiado pode servir de gancho para se pegar num novo acontecimento relacionado com o primeiro. A celebração de datas específicas – como as efemérides – também serve de cabide para notícias.
Notabilidade	A notabilidade – talvez melhor traduzida por tangibilidade – refere-se ao carácter concreto, tangível, específico e não ambíguo, de um assunto. Sob a pressão do tempo, os jornalistas preferem cobrir assuntos evidentes, delimitados no tempo e no espaço, observáveis. Por isso, o jornalismo orienta-se mais para os acontecimentos do que para os problemas. Há, no entanto, outros registos de notabilidade: o excesso; a escassez; a quantidade de pessoas envolvidas ou afetadas; a inversão da situação normal (o homem que morde o cão); o insólito; a transgressão; e a falha, como fratura na normalidade (anormalidade, anomalia) ou registo de insuficiência – caso dos acidentes. Adriano Duarte Rodrigues (1988) tinha-o já postulado para o excesso, a falha e a inversão.
Surpresa	O inesperado tem mais valor como notícia, sobretudo quando se trata de um mega-acontecimento que altere as rotinas produtivas.
Conflito	As disputas, caracterizadas pela violência física ou simbólica, atraem a atenção, podendo converter-se em notícias.
Infração	As transgressões de normas legais, sociais, culturais e outras, principalmente quando são violentas, têm valor noticioso, caso, nomeadamente, do crime.
Escândalo	Os escândalos são noticiados porque encaixam na visão coletiva dos jornalistas, que se veem como "cães de guarda" da democracia.

Tabela 1. Valores notícia de seleção – critérios substantivos
Fonte: adaptado de Traquina, 2002, pp. 187-196

Os valores-notícia de seleção contextual (cf. Tabela 2) são os seguintes: a disponibilidade; o equilíbrio do noticiário; concorrência; e o dia noticioso (Traquina, 2002, pp. 196-198).

Valores-notícia	Conceito
Disponibilidade	A disponibilidade jornalística de um acontecimento materializa-se na facilidade com que é possível fazer a sua cobertura, tendo em conta os meios e recursos disponíveis.
Equilíbrio	Os noticiários devem ser tematicamente equilibrados, pelo que a quantidade de notícias sobre uma singularidade pode justificar a sua publicação ou rejeição.
Visualidade	O potencial de cobertura de um acontecimento em imagens potencia a sua seleção como notícia.
Concorrência	Bater a concorrência (corrida ao exclusivo) e noticiar o que a concorrência já noticiou são critérios orientadores da seleção noticiosa.
Dia noticioso	O ciclo jornalístico tende a ser diário, sendo privilegiado o que ocorre neste horizonte temporal. Acontecimentos com muita noticiabilidade ocorridos dentro do ciclo diário podem excluir outros acontecimentos do mesmo dia; do mesmo modo, acontecimentos com pouco valor noticioso podem ser notícia se outros acontecimentos ocorridos dentro do ciclo tiverem, também, pouco valor noticioso.

Tabela 2. Valores notícia de seleção – critérios contextuais
Fonte: adaptado de Traquina, 2002, pp. 196-198

Os valores-notícia de construção (cf. Tabela 3), para Traquina (2002, pp. 198-202), são os seguintes: a amplificação; a relevância; a personalização; a dramatização; e a consonância.

Valores-notícia	Conceito
Simplificação	Uma singularidade simples e certa, que possibilite um relato igualmente simples e sem ambiguidades, tem mais possibilidades de ser notada e coberta do que uma realidade complexa e ambígua.
Amplificação	A amplificação refere-se ao potencial de hiperbolização do acontecimento por meio da notícia. A amplificação pode incidir no que sucedeu, nos intervenientes ou nas consequências do que sucedeu.
Relevância	Capacidade de se mostrar na notícia como o acontecimento é importante.
Personalização	Refere-se ao potencial de personalização das narrativas noticiosas. Os acontecimentos centrados em pessoas particulares ou que podem ser narrados por meio da centralização em determinados indivíduos podem mais facilmente converter-se em notícia.
Dramatização	Possibilidade de se dramatizar a narrativa de um acontecimento. Quanto mais emoção e melodrama for possível adicionar a uma história sobre um acontecimento, mais aumentam as probabilidades de este se tornar notícia.
Consonância	Faculdade de enquadrar um acontecimento em enquadramentos previamente existentes. Relaciona-se com o valor-notícia que Galtung e Ruge (1965) classificaram como *consonância*. Quando é possível explorar, no relato jornalístico, a contiguidade simbólica entre acontecimentos; quando, na notícia, se olha para uma nova singularidade como consequência de outra; quando a novidade pode ser enquadrada no que já existe, então é mais provável que o acontecimento se converta em notícia.

Tabela 3. Valores notícia de construção
Fonte: adaptado de Traquina, 2002, pp. 198-202

O mesmo autor explica, ainda, que outros fatores podem influenciar o que chega a ser notícia e a forma como esta se apresenta: a política editorial; os recursos da organização noticiosa; a necessidade de produtividade; e o peso da direção, dos proprietários e dos anunciantes (Traquina, 2002, pp. 201-202), a que se poderiam acrescentar o mercado, o público, a influência de terceiros poderosos, incluindo os governos, e ainda a ordem jurídica, incluindo a censura.

Lendo-se Traquina (2002, pp. 171-204) adquire-se a noção de que os valores-notícia agem associadamente. Por exemplo, um acontecimento forte em vários critérios de noticiabilidade mais facilmente se converte em notícia. Mas um acontecimento particularmente forte num valor-notícia também se pode converter em matéria noticiosa.

2. Representações fotográficas do período sidonista na *Ilustração Portuguesa*

Na análise à seleção de imagens sobre a cobertura fotográfica do período Sidonista, que começa com uma extensa reportagem que acompanha os momentos conturbados da revolução de dezembro de 2017, onde o ainda major da artilharia Sidónio Pais é protagonista, e que culmina com os dias que sucederam ao homicídio do histórico, mas controverso Presidente da República, a 14 de dezembro de 2018, é evidente como a revista *Ilustração Portuguesa*, propriedade d'*O Século*, já demonstra, na fotografia da publicação, um forte sentido do que são as convenções jornalísticas ou valores-notícia identificados por Nelson Traquina e outros autores. Apesar das limitações técnicas do equipamento fotográfico da época com câmaras de grande formato de peso considerável, a preocupação estética está presente nos registos fotográficos de Joshua Benoliel ou, numa fase posterior, Anselmo Franco. A observação das imagens permite perceber que os fotógrafos procuravam obter o ângulo visual, enquadramento ou composição que mais favorecessem a força do momento jornalístico. Através da atenção aos elementos morfológicos da imagem (Villafañe & Mínguez, 2002, pp. 111-125), onde a centralidade da figura política se destaca na multidão e a força das linhas sobressaem, os fotógrafos conseguem construir um sentido de leitura que representa a ideia de ascensão de Sidónio Pais e a subsequente idolatração popular.

A primeira fotografia (Figura 1) da *Ilustração Portuguesa* sobre Sidónio Pais mostra-o ainda em pleno golpe de Estado, durante as operações militares, conversando, calmamente, com o advogado Alberto de Moura Pinto, do Partido Unionista, seu futuro ministro da Justiça. Mereceu a primeira página. Da autoria de Joshua Benoliel, pioneiro do fotojornalismo em Portugal e colaborador fotográfico principal da publicação, a fotografia, de recorte cândido, contribuiu para apresentar Sidónio, um desconhecido do qual não se sabia o que esperar, à sociedade portuguesa. Obtida no calor da rebelião armada, transmite, apesar de tudo, calma e serenidade. É ponto de partida para uma extensa fotoreportagem de doze páginas e 26 fotos sobre a revolta, realizada por Joshua Benoliel, publicada no número de 17 de dezembro de 1917 da *Ilustração Portuguesa*. A escolha desta imagem remete para os critérios de noticiabilidade de conflito, dada a natureza da relação entre jornalistas e políticos. Por outro lado, a emergência de um novo líder militar, ainda que desconhecido, alude para os valores da atualidade/ novidade, mas também uma noção de proeminência. Ainda assim, a linguagem corporal das figuras representadas dá uma noção de proximidade, suscetível de gerar fenómenos de identificação com o público. O enquadramento vertical destaca as duas figuras humanas do ambiente envolvente, concedendo-lhes saliência visual e revelando uma cumplicidade entre Sidónio Pais e Alberto de Moura Pinto, em que o observador[2] ou leitor da revista também parece participar.

[2] Para Jonathan Crary (2017, p.28), "um observador, ainda que seja obviamente alguém

Figura 1. Sidónio Pais em conversa durante o golpe de Estado
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 17 de dezembro de 1917
Créditos: Joshua Benoliel

O Sidonismo levou altos responsáveis do republicanismo radical dos democráticos a abandonarem o país. O Presidente da República, Bernardino Machado, foi um deles. Numa fotografia de Benoliel, altamente simbólica, de "fim de regime", Bernardino Machado, destituído pela revolução sidonista, parte para o exílio e despede-se, com cumplicidade, de um jornalista de *O Século* (Figura 2). A imagem simboliza a natureza problemática das relações entre políticos e jornalistas, moldadas quer pelo an-

que vê, é acima de tudo, alguém que vê um conjunto enunciado de possibilidades, alguém que está inserido num sistema de convenções e limitações".

tagonismo e pelo confronto, critérios de valor-notícia, quer pela cumplicidade, que, no caso concreto, funcionou como um critério de seleção. Simboliza igualmente o colapso – ainda que momentâneo – do controlo sobre o Estado, imposto, minoritariamente, pelo Partido Republicano de Afonso Costa.

Figura 2. O Presidente da República deposto Bernardino Machado, de partida para o exílio, despede-se de um jornalista de *O Século* e de um filho
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 24 de dezembro de 1917
Créditos: Joshua Benoliel

Ao longo de 1918, ano do consulado de Sidónio Pais, a imprensa concorreu, verbal e iconograficamente, para o culto de personalidade que lhe foi prestado. Os fotógrafos acorriam às viagens presidenciais pelo país, aos atos públicos do Presidente e às

iniciativas presidenciais. Sidónio, por várias vezes, foi capa da *Ilustração Portuguesa*. Uma fotografia (Figura 3) de Vasques funcionou como uma espécie de fotografia oficial do novo Presidente da República. Representa o chefe de Estado a despachar, tranquilamente, assuntos oficiais no palácio de Belém. A foto é posada e foi, posteriormente, colorida para se tornar mais verosímil e apelativa, mas trata-se de uma pose naturalizada, de alguém que, sem olhar a câmara, escreve. O fotógrafo procurou a naturalidade nos gestos do Presidente, precisamente para contornar a questão da pose forçada e artificial. Pelo olho artificial da lente, Sidónio surgia à devassa do olhar público como um indivíduo trabalhador e esforçado. Desempenhava, pictoricamente falando, o seu papel simbólico de olhar por todos os portugueses. A farda do chefe do Estado acentuava a sua autoridade simbólica. Do ponto de vista do critério de noticiabilidade, esta fotografia remete, em primeira instância, para o critério proeminência, dada a notoriedade de S. Outro dos critérios detetáveis, mas não evidente será o conflito, uma vez que a partida é forçada e resulta das lutas entre as hostes republicanas.

Figura 3. Sidónio Pais, novo inquilino de Belém
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 11 de fevereiro de 1918
Créditos: Vasques/Casa Vasques

O Sidonismo promoveu, efetivamente, o culto da personalidade militarista e autoritária do novo Presidente da República. Na foto da Figura 4, Sidónio saúda, a propósito, um conjunto de pessoas reunido em Faro, no Algarve, por ocasião de uma das viagens presidenciais pelo país. A fotografia é de Benoliel, que acompanhou o novo Presidente, tal como antes tinha acompanhado outros presidentes e reis.

Nesta representação de Sidónio (Figura 4), alimentava-se o mito do "salvador da Pátria". O valor-notícia desta fotografia, captada de uma perspetiva superior ao espaço onde o povo se posiciona e com um plano de perfil que recorre à verticalidade da figura humana principal para impor um sentido conotativo de firmeza e solidez, funciona como um guião de leitura para o público, realçando a pose de estadista, elemento prioritário desta narrativa visual. Esta função de construção de uma narrativa através da imagem está igualmente presente nas fotografias seguintes. Os enquadramentos reforçam a figura do estadista, sendo os contextos parte da construção cerimonial. A lógica da notícia prende-se com a importância ou proeminência da figura retratada, pela ausência de elementos dissonantes e pelo realce conferido pelos contextos e aspetos funcionais. Está-se, pois, perante a perspetiva de critérios contextuais de produção da notícia.

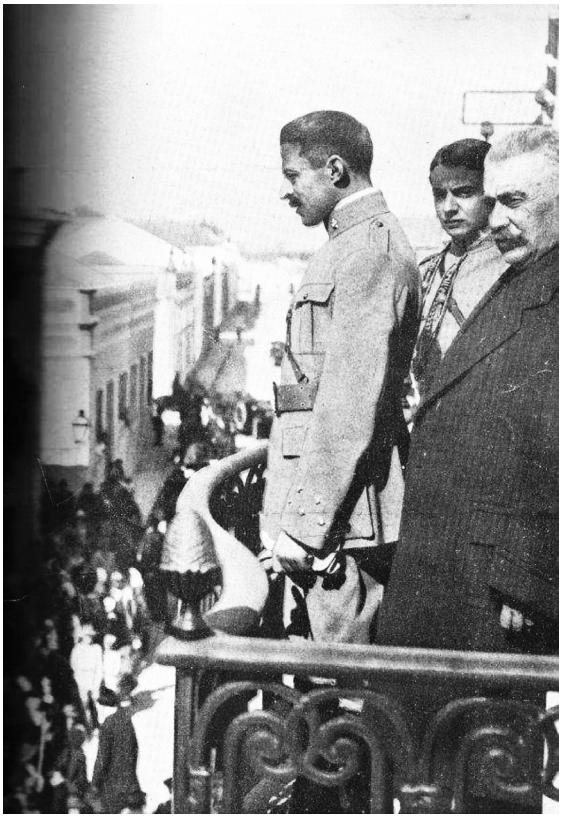


Figura 4. Sidónio Pais fala ao povo, em Faro
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 4 de março de 1918
Créditos: Joshua Benoliel

Uma das formas de legitimação discursiva e simbólica dos agentes de poder consiste em dar testemunho visual público, por meio da imprensa jornalística, das atividades que somente eles podem exercer, já que detêm o poder para tal exercício. A cobertura fotográfica *infopropagandística* do Sidonismo foi pontuada, pois, por um conjunto de imagens que contribuíram, desde esse ponto de vista, para a legitimação do poder do novo chefe-de-Estado. Apesar do cariz documental que é próprio da natureza fotográfica, as imagens das Figuras 5 e 6 referem-se, na linha desse raciocínio, à visita do Presidente ao Parlamento, onde, ocupando a mais importante cadeira da sala, do alto da tribuna, discursou para deputados e senadores da República.

O valor-notícia de seleção notoriedade, que põe em primeiro plano a figura do poder e o seu lugar privilegiado na hierarquia social (Traquina, 2002), está presente nas fotografias seguintes. Da mesma forma que existe, entre os valores-notícia de construção, uma clara tendência para a personalização da narrativa visual, centrada em Sidónio.

Figura 5. Sidónio Pais desloca-se ao Parlamento
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 29 de julho de 1918
Créditos: Joshua Benoliel

Figura 6. Sidónio Pais no Parlamento
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 29 de julho de 1918
Créditos: Joshua Benoliel

A exemplo do que vieram a fazer, depois, outros regimes populistas e autoritários, Sidónio Pais investiu no assistencialismo. É crível que a intenção de Sidónio tivesse sido a melhor. Além disso, num país católico, a caridade assistencialista do Sidonismo ia ao encontro dos valores da Igreja e do povo. Permitia, ainda, contrastar a República Nova com o republicanismo radical que pouco ou nada fez pela erradicação da pobreza e tinha sido responsável pelo desastre que constituiu o envio de tropas portuguesas para a frente Ocidental e pelo desnorte em que, aparentemente, o país tinha caído. A "sopa dos Pobres", as creches, as iniciativas de apoio à infância tornaram-se marcas políticas do Sidonismo e contribuíam, a seu modo, para o culto da personalidade de Sidónio. Com resultados palpáveis. O Presidente era adorado pelo povo miúdo. Onde ia, o povo acorria. A cobertura fotográfica das iniciativas presidenciais, além do papel testemunhal e informativo que tiveram, concorreram para a afirmação do novo regime e para a legitimação simbólica do Presidente – representado quase sempre rodeado pelo povo, pelas elites e pelos apoiantes da República Nova (Figuras 7 a 13). O líder político aparece, quase sempre, situado no centro geométrico dos fotogramas e é o ponto de atenção das imagens (Villafañe & Mínguez, 2002), atraindo o observador a permacer por mais tempo na figura do estadista, quando olha as fotografias.

O conjunto de fotografias em que Sidónio é retratado junto dos populares ou na sopa dos pobres remete para a construção da ideia do político próximo do povo

ou mesmo como "um deles", numa estratégia comunicacional comum a vários estadistas. Esta proximidade contribui, *in loco*, para gerar fenómenos de grande popularidade. Nas representações fotográficas, o critério de proximidade remete para fenómenos de empatia que se estabelecem com os leitores, reforçando esta noção, mesmo para os que não participavam destes acontecimentos.

Relembre-se, a propósito, que na *Ilustração Portuguesa*, despontava outro dos grandes fotojornalistas do tempo da I República – Anselmo Franco (1879-1965). Foi ele que substituiu Joshua Benoliel como fotojornalista principal da revista, em dezembro de 1918. Várias das fotografias do último mês de vida de Sidónio Pais são da sua autoria, incluindo as imagens da celebração do primeiro aniversário da República Nova, publicadas dois dias depois do assassinato do "Presidente-Rei". Numa foto (Figura 11), Sidónio, localizado no centro geométrico da composição, surge rodeado de um mar de gente, no meio do povo, onde se sentia como peixe na água. A abordagem fotográfica, de resto, não era nova – Joshua Benoliel tinha-a usado três meses antes, em Sintra, mostrando Sidónio no meio das crianças (Figura 10). As crianças, personagens secundárias da fotorreportagem de Anselmo Franco sobre o aniversário da República Nova, são realçadas fotograficamente como um dos alvos da ação assistencialista do Sidonismo (Figura 12). A composição que valoriza a linha de perspetiva da mesa confere profundidade visual e transmite a dimensão e a importância social da efeméride. Sendo as crianças um dos elementos com mais força simbólica, esta imagem remete para o valor-notícia de seleção visualidade, partindo do pressuposto que a propabilidade de obter uma boa cobertura fotográfica era elevada. O elevado número de participantes visível na mesma imagem é, também, representativo da relevância do acontecimento, critério que pode ter estado na base da seleção noticiosa do evento.

A exploração visual do carácter humanitário do Presidente Sidónio é bem vincada noutra reportagem, de seis fotografias, cuja narrativa se organiza como um filme cronológico – sobre a visita presidencial ao hospital dos tifosos no Porto, durante uma epidemia que se abateu sobre a cidade (Figura 13). O Presidente parece não ter receio de se aproximar dos tifosos e de lhes dirigir palavras de conforto. A sequência dos planos de conjunto selecionados constrói a imagem de um Presidente da República que exalta o humanismo e que prefere mostrar compaixão para com os enfermos do que zelar pela sua própria segurança. Mais uma vez, é a proeminência e a notoriedade da personagem a outorgar grande parte do valor noticioso à peça de onde foram extraídas estas fotografias de reportagem.

Figura 7. Sidónio Pais no meio de populares e militares, em Lisboa,
à partida para uma visita ao Norte de Portugal
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 28 de janeiro de 1918
Créditos: Secção Fotográfica do Exército Português

Figura 8. Populares acorrem à chegada de Sidónio Pais a Sintra
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 19 de agosto de 1918
Créditos: Joshua Benoliel

Figura 9. Sidónio Pais inaugura a sopa dos pobres em Sintra
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 19 de agosto de 1918.
Créditos: Joshua Benoliel

Figura 10. Sidónio Pais no meio de crianças
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 23 de setembro de 1918
Créditos: Joshua Benoliel

Figura 11. Sidónio Pais no meio de populares, no aniversário da República Nova
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 16 de dezembro de 1918
Créditos: Anselmo Franco

Figura 12. Crianças desfrutam de um lanche oferecido por
Sidónio Pais no primeiro aniversário da República Nova
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 16 de dezembro de 1918
Créditos: Anselmo Franco

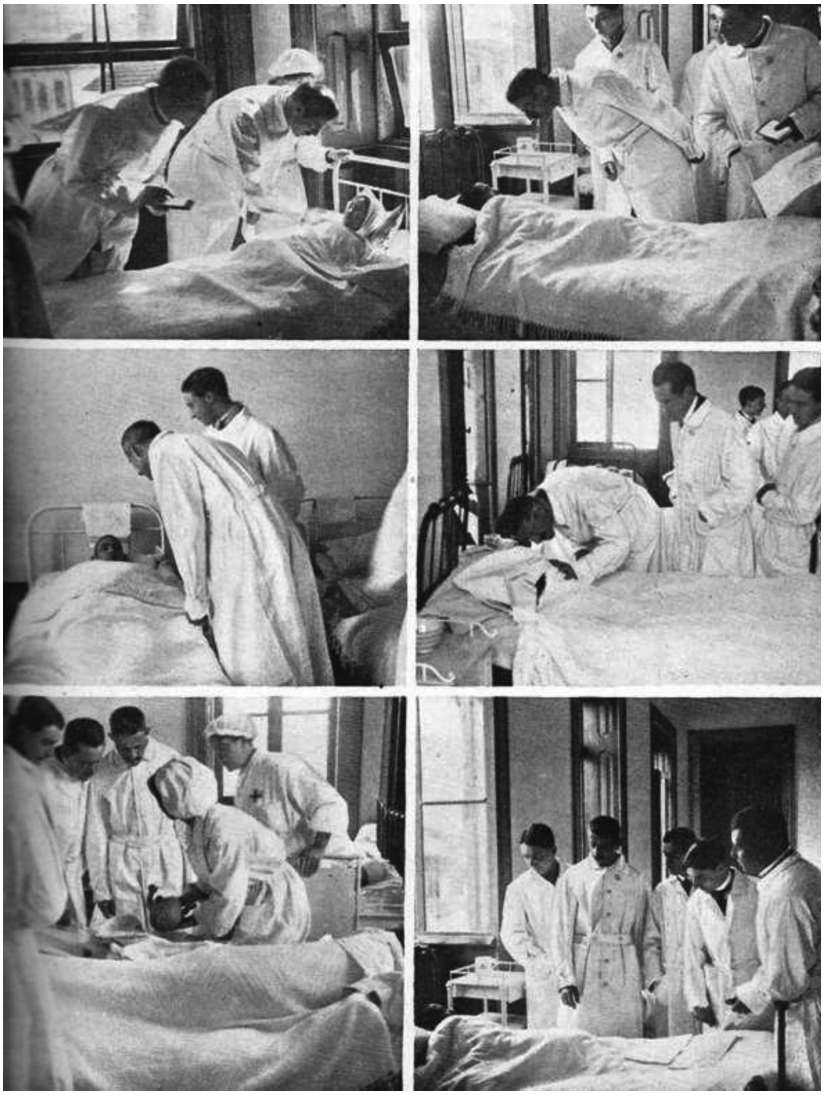


Figura 13. Visita de Sidónio ao hospital dos tifosos, no Porto
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 25 de março de 1918
Créditos: não atribuídos

O ponto alto do Sidonismo terá sido a proclamação oficial de Sidónio Pais como Presidente da República, a 9 de maio de 1918, depois das eleições de 28 de abril do mesmo ano. A fotografia de Sidónio a saudar, entusiasmado, o povo de Lisboa, a 9 de maio de 1918, desde a varanda da Câmara Municipal, no mesmo lugar onde a República havia sido proclamada, é simbólica (Figura 14). Tal como simbólica é a sua fotografia, isolado, a cavalo, passando revista às tropas (Figura 15), obtida na mesma data – ambas de Benoliel e integrando uma fotorreportagem de seis páginas e treze fotografias.

Figura 14. Sidónio saúda os lisboetas da varanda da Câmara Municipal depois da sua proclamação como Presidente da República, a 8 de maio de 1918
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 20 de maio de 1918
Créditos: Joshua Benoliel

Figura 15. Sidónio passa revista às tropas depois da sua proclamação como Presidente da República, a 8 de maio de 1918
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 20 de maio de 1918
Créditos: Joshua Benoliel

Com o Sidonismo, a vasta maioria católica tornou-se, novamente, visível na comunicação social e reconciliou-se com a República. O "Presidente-Rei" aproveitou-o politicamente. As cerimónias religiosas evocativas dos soldados mortos na guerra, por exemplo, sucederam-se e tiveram eco na comunicação social. A Figura 16, por exemplo, refere-se à assistência a uma missa católica de sufrágio pelas almas dos soldados mortos na Grande Guerra. Na Figura 17, o Presidente da República, Sidónio Pais, entra numa igreja para, acompanhado por um padre, assistir, no rescaldo da derrota de La Lys, que dizimou o Corpo Expedicionário Português em França, a nova cerimónia religiosa católica de sufrágio pelos soldados mortos pela pátria. Com Sidónio, a vasta maioria católica une-se. Era a vez de passarem para segundo plano os republicanos democráticos que tinham contribuído para a revolução de 5 de outubro de 1910 e instituído um regime laico, urbano e progressista, provavelmente, à revelia da vontade da maioria do povo português, conservador, rural e católico, impedido de votar e totalmente arredado do poder e do processo decisório

Figura 16. Multidão concentra-se para cerimónia religiosa católica evocativa dos soldados aliados tombados em combate
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 11 de fevereiro de 1918
Créditos: Joshua Benoliel

Figura 17. Sidónio Pais, acompanhado por um religioso, entra numa igreja para assistir a uma missa de sufrágio pelos combatentes portugueses mortos na Grande Guerra
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 27 de maio de 1918
Créditos: Joshua Benoliel

Também os monárquicos aumentaram a sua visibilidade pública com o Sidonismo. A Figura 18 mostra, precisamente, um aspeto da assistência à missa de sufrágio pelo Rei D. Carlos e pelo Príncipe-Real D. Luís Filipe, assassinados por um republicano extremista em 1908.

As fotografias que associam o Presidente da República Nova à Igreja e aos monárquicos remetem para os mesmos valores de proximidade, onde a construção noticiosa é pautada pelo destaque dos fatores afetivos da reconciliação da sociedade portuguesa. Esta reconciliação é ritual e promovida pelas diversas imagens aqui escolhidas, já que o fotógrafo exclui toda a mensagem dissonante desta representação da pacificação portuguesa. Pode também ser apontado que o valor-notícia conflito não está completamente ausente das imagens. Há o conflito entre a República e a Igreja e o conflito com os monárquicos e daí a necessidade de rituais de aproximação. Há ainda o conflito central, a participação de Portugal na Grande Guerra, que embora não seja visível, está implícito.

Figura 18. Assistência à missa de sufrágio pelas almas do Rei D. Carlos e do Príncipe-Real D. Luís Filipe, assassinados em 1908
Fonte: *Ilustração portuguesa*, 11 de fevereiro de 1918
Créditos: Joshua Benoliel

De um ponto de vista negativo, o Sidonismo foi sobressaltado por revoltas e outros confrontos armados (Figuras 19, 20, 21, 23 e 24), atentados (Figura 22), greves e manifestações (Figura 25), atos de sabotagem (Figura 28) e outras ocorrências. A cobertura pictórica desses acontecimentos mostrava o descontentamento que reinava entre alguns setores da população. Mas também evidenciava, por parte do regime, alguma tolerância perante a cobertura – ainda que pontual – de acontecimentos que, potencialmente, o colocavam em xeque. Aliás, por vezes, o que se destaca nessa cobertura é, precisamente, a apaziguadora e tranquilizadora imposição da ordem, depois do momento de perturbação (Figuras 21, 23 e 24). É possível que ao regime também interessasse explorar o medo e a intranquilidade da população portuguesa, mostrando, na imprensa, o que faziam os inimigos do Sidonismo. As manifestações, as greves – algumas violentas, a sabotagem, os atentados, os confrontos armados, as rebeliões e acontecimentos semelhantes certamente confrontavam o desejo de tranquilidade, ordem e paz social que, possivelmente, a maioria da população, cansada das convulsões da República e da participação na Grande Guerra, acalentava. Daí que a exposição pública dos atos dos inimigos do regime pudesse beneficiar o próprio regime.

De qualquer modo, é patente que nas fotografias 19 a 27 se realça um valor-notícia primordial para o Sidonismo – o conflito. A oposição à República Nova esteve presente em todo o mandato de Sidónio e o desenlace dramático da sua morte – de cuja cobertura emergem, combinados, os valores-notícia da proeminência da personagem e da morte (Figuras 30 a 35) – é o culminar da oposição feroz que lhe foi feita.

A primeira revolta antissidonista ocorreu a 8 de janeiro de 1918. Desencadeada pelos assíduos e quase profissionais revolucionários da Marinha, foi controlada pelas forças do Exército, fiéis ao regime. Publicadas, somente, a 21 de janeiro de 1918, 13

dias depois da revolta, na revista *Ilustração Portuguesa*, as fotografias do inevitável Joshua Benoliel (Figuras 19, 20 e 21) mostram, sempre desde o ponto de vista das forças sidonistas, aspetos da tomada de posição dos militares fiéis ao Governo (Figura 19), que bombardearam os marinheiros sublevados a bordo do couraçado Vasco da Gama (Figura 20). A narrativa pictórica evolui até ao aprisionamento dos sublevados (Figura 21). A confirmação visual da derrota dos sublevados, no contexto, era relevante.

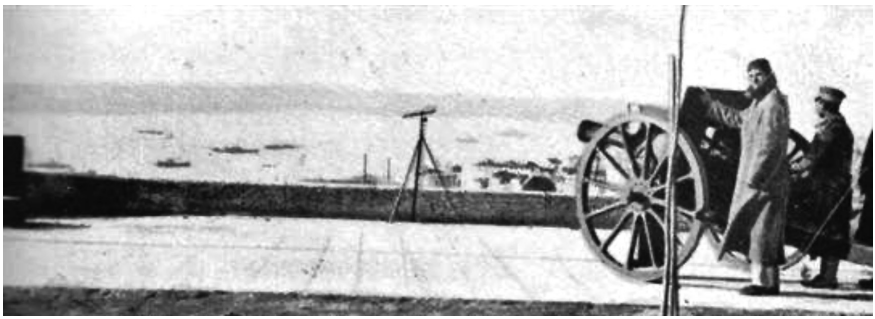


Figura 19. Artilharia governamental que bombardeou o couraçado Vasco da Gama, posicionada no castelo de São Jorge
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 21 de janeiro de 1918
Créditos: Joshua Benoliel

Figura 20. Couraçado sublevado Vasco da Gama rodeado de outros navios, visto do castelo de São Jorge
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 21 de janeiro de 1918
Créditos: Joshua Benoliel

Figura 21. Marinheiros sublevados aprisionados
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 21 de janeiro de 1918
Créditos: Joshua Benoliel

A partir do verão de 1918, a hostilidade de vários setores da população ao regime sidonista irrompeu com mais vigor. Ocorreram vários episódios de violência, como a revolta de 12 de outubro, em diversas cidades do país; atentados bombistas, também em diferentes pontos do país; e mesmo um confronto armado, a 16 de outubro, nas ruas de Lisboa, que resultou na morte de vários prisioneiros da revolta de 12 de outubro, quando estavam a ser transportados para o forte de São Julião da Barra. As fotos de um desses atentados – no Porto, contra um armazém da empresa de distribuição Jerónimo Martins – evidenciam o grau de destruição e podem ter contribuído para suscitar a raiva da população contra os indivíduos sem rosto que queriam minar o regime recorrendo à violência (Figura 22). Mas as fotos relativas à revolta de 12 de outubro (Figura 23), obtidas *a posteriori*, ou as imagens referentes ao confronto armado de 16 de outubro (Figura 24) não têm em si qualquer embrião de violência. Muito pelo contrário, delas emanam sensações de calma e controlo da situação pelo regime.

Figura 22. Atentado contra o armazém de abastecimentos da Jerónimo Martins, no Porto
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 15 de julho de 1918
Créditos: Álvaro Martins

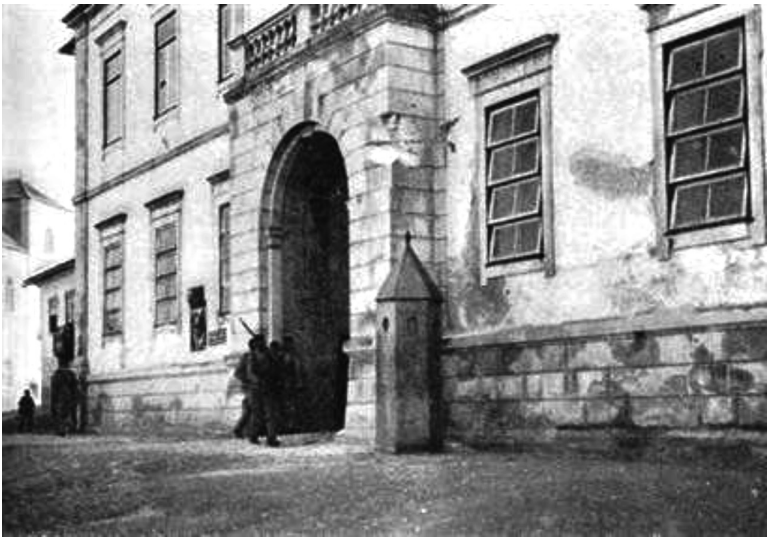


Figura 23. Coimbra. Quartel de Infantaria 23 durante a revolta de 12 de outubro de 1918
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 28 de outubro de 1918
Créditos: não atribuídos

Figura 24. Lisboa. Local onde se registaram os confrontos armados de 16 de outubro de 1918 que resultaram na morte de seis prisioneiros antissidonistas
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 28 de outubro de 1918
Créditos: Joshua Benoliel

No mundo operário também surgiram focos de descontentamento. Se bem que algumas manifestações e greves não tenham tido consequências de maior (Figuras 25 e 26), possibilitando mesmo, a Sidónio, passear-se pelas ruas de Lisboa, em carro aberto e quase sem escolta, para inspecionar a situação (Figura 26), outras houve que incluíram episódios de alguma violência, caso, por exemplo, da greve anarquista de novembro de 1918, durante a qual sobrevieram episódios de sabotagem (Figura 27).

Figura 25. Manifestação de operários da indústria tabaqueira durante uma greve
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 10 de junho de 1918
Créditos: Joshua Benoliel

Figura 26. Sidónio percorre Lisboa em veículo aberto depois de conseguir o fim de uma greve de caixeiros
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 11 de março de 1918
Créditos: Joshua Benoliel

Figura 27. Sabotagem ferroviária durante a greve anarquista de novembro de 1918
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 2 de dezembro de 1918
Créditos: Joshua Benoliel

Curiosamente, se houve ocasiões de descontentamento cujos ecos se repercutiram, pictoricamente, na *Ilustração Portuguesa*, também houve, porém, manifestações de agrado e apoio, como uma manifestação de funcionários públicos apoiantes do regime (Figura 28).

Figura 28. Manifestação de funcionários públicos de apoio ao regime
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 10 de junho de 1918
Créditos: Joshua Benoliel

Quando ascendeu ao poder, Sidónio Pais não enviou, ou não conseguiu enviar, reforços, provisões, material e equipamentos para o Corpo Expedicionário Português. Após

um inverno duro que os portugueses enfrentaram, sem roupas nem equipamentos adequados, a situação no setor da frente em que o CEP se posicionava, já de si grave, deteriorou-se. A derrota portuguesa e aliada na batalha do rio Lys, ou batalha de La Lys (9 a 29 de abril de 1918), perto de Ypres, ditou o fim da efetiva presença portuguesa na frente Ocidental. Os soldados do CEP foram remetidos à condição de auxiliares. Alguns deles, feridos e doentes, regressaram a Portugal a 16 de abril de 1918 e foram recebidos por Sidónio, constituindo a primeira leva de retorno de veteranos de guerra.

No país, a instabilidade aumentou tanto que o Presidente se viu obrigado a declarar o estado de sítio, a 13 de outubro de 1918. Para agravar a situação, o Governo sidonista foi incapaz de repatriar de imediato todos os soldados portugueses em França, após o armistício de 11 de novembro de 1918, apesar dos esforços, documentados fotograficamente, como elemento de prova, e devidamente publicitados pela imprensa (Figura 29). O clima conspirativo adensou-se.

Figura 29. O Presidente da República, Sidónio Pais, recebe o primeiro contingente de soldados portugueses regressado após o termo da I Guerra Mundial
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 2 de dezembro de 1918
Créditos: Joshua Benoliel

O Presidente Sidónio Pais escapou a uma primeira tentativa de assassinato a 5 de dezembro de 1918, durante a cerimónia de condecoração dos sobreviventes do navio patrulha oceânico Augusto de Castilho, afundado num combate contra um submarino alemão, enquanto protegia a fuga de um navio comercial com passageiros a

bordo. A 14 de dezembro, porém, o "Presidente-Rei" foi assassinado por um militante republicano. A morte da maior figura política portuguesa da época e as condições em que o homicídio ocorreu remetem para quase todos os valores de seleção noticiosa identificados por Nelson Traquina (2002). Os jornais e a *Ilustração Portuguesa* trouxeram o assunto à primeira página logo que lhes foi possível. Semanal, a *Ilustração Portuguesa* só cobriu o assunto no número de 23 de dezembro, sendo revelador das suas morosas rotinas de produção que não tivesse sido possível alterar o número anterior, de 16 de dezembro, já posterior ao assassinato, para dar conta do sucedido[3]. Na primeira página, rodeado de uma significativa tarja preta, em sinal de luto, aparece um retrato de corpo inteiro do Presidente assassinado (Figura 30), da autoria do retratista Otávio Bobone (1894-?). No interior, outra foto de Otávio Bobone, testemunhal, igualmente ladeada de uma tarja negra, mostra Sidónio Pais no seu leito mortuário (Figura 31).

Figura 30. Retrato evocativo do Presidente Sidónio Pais
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 23 de dezembro de 1918
Créditos: Otávio Bobone

[3] O número de 16 de dezembro contém uma fotorreportagem de Anselmo Franco sobre o primeiro aniversário da República Nova.

Figura 31. Sidónio Pais no seu leito mortuário
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 23 de dezembro de 1918
Créditos: Otávio Bobone

O carácter fraturante da personalidade de Sidónio Pais foi bem visível nos seus funerais, acompanhados por dezenas de milhares de portugueses, mas interrompidos, vezes sucessivas, por incidentes violentos. As fotos escolhidas dos funerais (Figuras 32, 33 e 34) são da autoria do substituto de Joshua Benoliel como fotógrafo principal de *O Século* e da *Ilustração Portuguesa* – Anselmo Franco (1879-1965)[4] – e mostram, principalmente, comoção geral, a afluência popular e a pompa e circunstância no cortejo fúnebre do primeiro líder populista português, precursor de todos os autoritarismos populistas e nacionalistas que alastraram, depois, pela Europa. É interessante notar a tentativa de Anselmo Franco prestar atenção a certos detalhes humanizadores da fotorreportagem, como acontece na fotografia que serviu de capa à *Ilustração Portuguesa* de 30 de dezembro de 1918, que vale pela mistura dos ternos "anjinhos", de branco vestidos, promessa de eternidade e futuro, com a urna pesada e negra, num escuro camião militar, rodeada por um grupo de militares e civis (Figura 33). Uma das fotografias é, simbolicamente, emoldurada pelos símbolos nacionais, acrescentados sob a forma de desenho, nas laterais do topo (Figura 34).

[4] Joshua Benoliel abandonou, entre dezembro de 1918 e 1924, a profissão de repórter fotográfico.

Figura 32. Pessoas aguardam para entrar na câmara ardente de Sidónio Pais
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 23 de dezembro de 1918
Créditos: Anselmo Franco

Figura 33. Momento do funeral de Sidónio Pais
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 30 de dezembro de 1918
Créditos: Anselmo Franco

Figura 34. Momento do funeral de Sidónio Pais
Fonte: *Ilustração Portuguesa*, 30 de dezembro de 1918
Créditos: Anselmo Franco

As fotografias aqui apresentadas após o assassinato de Sidónio são construções de uma imagem cerimonial, onde a figura do estadista em pose pontua como elemento de notoriedade e reverência, inclusive na imagem da morte. O valor-notícia proximidade é reforçado pelas multidões retratadas nas cerimónias, pela pose das crianças que reforçam a emotividade do momento retratado. O elemento conflito permanece ausente das notícias sobre a morte e cerimónias a ela associado, contribuindo, através de um critério de exclusão, para a construção de uma imagem idealizada de estadista proeminente, próximo do povo.

Conclusões

Os critérios de noticiabilidade explanados por Nelson Traquina (2002) ajudam a explicar o discurso iconográfico da *Ilustração Portuguesa* sobre o Sidonismo. A investigação realizada permitiu concluir, nomeadamente, que a *notoriedade* foi o valor-notícia que mais orientou a seleção fotonoticiosa que fundou a narrativa fotojornalística construída pela *Ilustração Portuguesa* sobre o Sidonismo, exceto num único momento – a revolução fundadora do novo regime. A revolução de 5 a 8 de dezembro de 1917 foi notícia por ser surpreendente, conflitual, infratora, notável, nova, próxima, atual, relevante e mesmo mortal para cerca de cem pessoas. Sidónio ainda era um desconhecido, daí que a notoriedade não tenha sido uma das qualidades noticiosas que se podem colar ao acontecimento, mas começou a

ganhar protagonismo visual na revista logo a 17 de dezembro, quando já se adivinhava que controlava a situação.

A notoriedade da personagem sobrepôs-se, depois, a quaisquer outros valores-notícia. Sidónio Pais era, afinal, a personagem sustentadora da República Nova. Além disso, soube orquestrar uma encenação pública do poder a que a imprensa aderiu, ou foi condicionada a aderir. Por isso, os fotojornalistas – destacando-se o pioneiro Joshua Benoliel e, mais tarde, Anselmo Franco – cobriram, sem surpresa, os atos públicos mais relevantes do chefe de Estado. Num tempo em que o fotojornalismo era já uma prática consolidada em Portugal e os fotojornalistas eram aceites, nas redações, como *repórteres* de pleno direito, o discurso fotográfico da *Ilustração Portuguesa* – publicação importante e socialmente impactante por ser única revista ilustrada de informação geral e grande expansão que circulava durante o Sidonismo – alimentou, efetivamente, o mito de Sidónio Pais, afetando o imaginário português e a memória histórica.

A investigação demonstrou também que os relatos verbais dos historiadores sobre o período Sidonista correspondem aos relatos pictóricos da *Ilustração Portuguesa*. Isto é, diferentes historiadores (Oliveira Marques, 1995; Saraiva, 2003; Ramos, Sousa e Monteiro, 2009) destacam que Sidónio Pais teve sabedoria e habilidade para compor uma espécie de figura de caudilho, de pai da Pátria, que projetou em cerimónias públicas, desfiles militares, presença em iniciativas assistencialistas e visitas ao país. A narrativa pictórica da *Ilustração Portuguesa*, que acompanhou esse período é, pois, consonante com a narrativa verbal, posterior, dos historiadores, contribuindo, em última análise, para sustentar e validar os relatos destes últimos.

Tendo em consideração a proposta de Nelson Traquina (2002) sobre a noticiabilidade, outros valores-notícia, como a proximidade, a novidade, o tempo, ou seja, a atualidade, a notabilidade e a relevância também interferiram na seleção fotonoticiosa da *Ilustração Portuguesa*, mas não ofuscam o critério da *notoriedade*. O critério do cabide noticioso ajuda a explicar, por seu turno, a cobertura das celebrações do aniversário da República Nova, enquanto os critérios do conflito e da infração contribuem para esclarecer a presença, na *Ilustração Portuguesa*, de peças – e correspondentes fotografias – de acontecimentos que desafiaram o Sidonismo, mas que também, pela sua violência, podem ter gerado mais rejeição do que aceitação pelos portugueses, passando, pois, incólumes pela censura. O assassinato de Sidónio, além das qualidades valorativas anteriores, foi notícia por ser surpreendente e, claro, mortal.

Entre os valores-notícia de seleção contextual sugeridos por Traquina (2002), a *visualidade* é aquele que se destaca na narrativa fotográfica da *Ilustração Portuguesa* sobre o período sidonista. A coreografia montada para promover o enérgico líder da República Nova e o novo regime, que prometia a regeneração do país e da República e a união de *todos* os portugueses, gerou oportunidades fotográficas para os fotojornalistas. Já entre os valores-notícia de construção, assume particular relevância o critério da personalização da narrativa visual em torno de Sidónio Pais, mas a carga dramática que pôde ser adicionada pictograficamente a esta narrativa em certos momentos – como os desfiles militares, a morte de Sidónio e os funerais de Estado – também influenciou as escolhas. Os restantes critérios de construção também se detetam na narrativa, embora com menos repercussões.

Finalmente, pode aceitar-se, em parte, a primeira hipótese colocada: a seleção dos acontecimentos do Sidonismo que foram objeto de cobertura fotográfica pela

Ilustração Portuguesa refletiu a conjuntura do período sidonista e o viés ideológico do Sidonismo, mas também mereceram cobertura pictórica acontecimentos potencialmente negativos para a imagem da República Nova e do seu líder – casos das revoltas, dos atentados e das greves violentas. Das imagens, porém, não emana pouca *violência* simbólica – como se o regime controlasse a situação, o que não era verdade, conforme comprovou o assassinato do chefe-de-Estado.

Pode aceitar-se, por seu turno, a segunda hipótese. Isto é, tendo em conta as circunstâncias particulares do período sidonista e a ideologia do Sidonismo, as fotografias publicadas na *Ilustração Portuguesa* contribuíram para o engrandecimento simbólico do regime sidonista e para o culto da personalidade devotado a Sidónio Pais.

Referências bibliográficas

Crary, J. (2017). *Técnicas do Observador. Visão e Modernidade no século XIX.* Lisboa: Orfeu Negro. (Trabalho original publicado em 1990).

Gans, H. J. (2004). *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News. NBC Nightly News, Newsweek, and Time*. United States: Northwestern University Press.

Hayes, A. F. (2008). Sampling, nonrandom. In W. Donsbach (Ed.), *The international encyclopedia of communication* (Vol. X, pp. 4447-4459). Oxford: Blackwell Publishing.

Marques, A. H. de O. (1991). *Portugal, da Monarquia para a República. Nova História de Portugal*. Lisboa: Presença.

Marques, A. H. de O. (1995). *Breve História de Portugal*. Lisboa: Presença.

Matos, Á. C. de (2014). The press in the First Portuguese Republic: constants and guiding principles (1910-1926). In J. P. Sousa, H. Lima., M. Barbosa, & A. Hohlfeldt, (Orgs.), *A history of the press in the Portuguese-Speaking countries* (pp. 113-172). Porto: Media XXI.

Medina, J. (1997). Varões republicanos. quatro retratos de vultos políticos da I República: Machado Santos, Afonso Costa, João Chagas e Sidónio Pais. Clio - *Revista do Centro de História, 2*, 153-174.

Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is News? News values revisited (again). *Journalism Studies, 18*(12), 1470-1488. doi:10.1080/1461670X.2016.1150193

O'Neill, D., & Harcup, T. (2009). News Values and Selectivity. In K. Wahl-Jorgensen and T. Hanitzsch (Eds.), *The Handbook of Journalism Studies* (pp.161–174). New York: Routledge. doi:10.4324/9780203877685

Harcup, T., & O'Neill, D. (2001). What Is News? Galtung and Ruge revisited. *Journalism Studies 2*(2), 261-280. doi:10.1080/14616700118449

Ramos, R., Sousa, B. V., & Monteiro, N. G. (2009). *História de Portugal*. Lisboa: A Esfera dos Livros.

Saldanha, A. M. (2018). O imaginário social na instauração da República em Portugal e na ditadura de Sidónio Pais: contrastes e aproximações. *Temporalidades – Revista de História*, *10*(2), 34-57. Disponível em https://periodicos.ufmg.br/index.php/temporalidades/article/view/6094

Saraiva, J. H. (2003). *História de Portugal. A Primeira República – Do 5 de outubro à crise partidária* (Vol. VIII). Matosinhos: QuidNovi.

Scheufele, B. (2008). Content analysis, qualitative. In W. Donsbach (Ed.), *The international encyclopedia of communication* (Vol. III, pp. 967-972). Oxford: Blackwell Publishing.

Silva, A. B. M. (2002). Uma experiência presidencialista em Portugal, 1917-1918. *Forum*, *32*, 257-286. Disponível em https://core.ac.uk/download/pdf/322776941.pdf

Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (2014). *Mediating the message in the 21st century: A media sociology perspective*. London, UK: Routledge.
Sousa, J. P. (2013). *A Grande Guerra – uma crónica visual – Parte I: estudo do discurso em imagens da "Ilustração Portuguesa" (1914-1918).* Porto: Media XXI.
Traquina, N. (2002). *Jornalismo*. Lisboa: Quimera Editores.
Villafañe, J., & Mínguez, N. (2002). *Principios de la Teoria General de la Imagem*. Madrid: Pirámide. (Trabajo original publicado en 1969)
Wimmer, R. D., & Dominick, J. R. (1996). *La investigación científica de los medios de comunicación. Una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch.

Notas biográficas

Jorge Pedro Sousa é Professor Catedrático na Universidade Fernando Pessoa. É investigador integrado no ICNOVA.
Ciência ID: 4110-C40A-9ACF
ORCID iD: 0000-0003-0814-6779
Email: jpsousa@ufp.edu.pt
Morada institucional: Universidade Fernando Pessoa. Praça de 9 de Abril 349, Porto 4249-004, Portugal
Universidade Nova de Lisboa, Instituto de Comunicação da NOVA, Av. de Berna, 26-C – Lisboa 069-061, Portugal

Fátima Lopes Cardoso é Professora Adjunta Convidada na Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa. É investigadora integrada no ICNOVA.
Ciência ID: 5A10-3EFB-C190
ORCID iD: 0000-0002-7093-7881
Email: fatimalcardoso@gmail.com
Morada institucional: Escola Superior de Comunicação Social do Instituto Politécnico de Lisboa. Campus de Benfica do IPL, 1549-014 Lisboa, Portugal
Universidade Nova de Lisboa, Instituto de Comunicação da NOVA, Av. de Berna, 26-C – Lisboa 069-061, Portugal

Helena Lima é Professora Auxiliar do Departamento de Ciências da Comunicação e Informação da Faculdade de Letras da Universidade do Porto.
Ciência ID: 451F-FE7D-B94A
ORCID iD: 0000-0003-3023-6412
Scopus Author ID: 55253005600
Email: hllima@letras.up.pt
Morada institucional: Via Panorâmica Edgar Cardoso s / n, 4150-564 Porto, Portugal

* Submetido| Received: 2020.02.07
* Aceite | Accepted: 2020.09.08

Noticias de la diáspora. Aproximación a la prensa inmigrante portuguesa en Estados Unidos entre 1910 y 1929

Notícias da diáspora. Aproximação à imprensa imigrante portuguesa nos Estados Unidos entre 1910 e 1929

News from the Diaspora. An approach to the Portuguese immigrant press in the United States between 1910 and 1929

https://doi.org/10.14195/2183-5462_37_5

Alberto Pena Rodríguez
Universidade de Vigo, Facultade de Ciencias Socias e da Comunicación
alberto@uvigo.es

Maria Érica de Oliveira Lima
Universidade Federal de Ceará, Instituto de Cultura e Arte
merical@uol.com.br

Resumen

A principios del siglo XX, especialmente entre 1910 y 1929, la prensa portuguesa en los Estados Unidos alcanzó un período de gran crecimiento y expansión, dando lugar a la consolidación de un interesante discurso informativo en portugués a través de la producción de periódicos fundados por inmigrantes en varios estados americanos. Durante este período, se publicaron 52 nuevos títulos de periódicos en portugués, aunque la mayoría eran efímeros. Utilizando técnicas cuantitativas y cualitativas, el objetivo principal de este trabajo es analizar el papel que este tipo de prensa desempeñó entre los inmigrantes que llegaron en masa en las primeras décadas del siglo XX, ayudándoles a comprender el funcionamiento de la sociedad americana y a integrarse en su tejido social. Este trabajo demuestra que este tipo de periódicos, realizados con grandes limitaciones por periodistas autodidactas, tuvo un papel relevante como medio de información e instrucción entre los inmigrantes portugueses.

Palabras clave

prensa; periodismo; historia; inmigración portuguesa; Estados Unidos

Resumo

No início do século XX, especialmente entre 1910 e 1929, a imprensa portuguesa nos Estados Unidos atingiu um período de grande crescimento e expansão, dando origem à consolidação de um interessante discurso informativo em português através da produção de jornais fundados por imigrantes em vários estados americanos. Durante este período, foram publicados 52 novos títulos de jornais em português, embora a maioria foram efímeros. Utilizando técnicas tanto quantitativas

como qualitativas, o principal objetivo deste trabalho é analisar a função que desempenhou este tipo de imprensa entre os imigrantes que chegaram em massa aos Estados Unidos nas primeiras décadas do século XX, ajudando-os a compreender o funcionamento da sociedade americana e a integrarem-se no seu tecido social. Este trabalho demonstra que este tipo de jornais, realizados com grandes limitações por jornalistas autodidatas, tiveram um rol relevante como medios de informação e de instrução entre os imigrantes portugueses.

Palavras-chave

imprensa; jornalismo; história; imigração portuguesa; Estados Unidos

Abstract

In the early 20th century, especially between 1910 and 1929, the Portuguese press in the United States reached a period of great growth and expansion, giving rise to the consolidation of an interesting information discourse in Portuguese through the production of newspapers founded by immigrants in several American states. During this period, 52 new newspaper titles were published in Portuguese, although the majority were effeminate. Using both quantitative and qualitative techniques, the main objective of this work is to analyze the role that this type of press played among the immigrants who arrived in mass in the first decades of the 20th century, helping them to understand the functioning of American society and to integrate into its social fabric. This work demonstrates that this type of newspapers, carried out with great limitations by self-taught journalists, had a relevant role as media of information and instruction among Portuguese immigrants.

Keywords

press; journalism; history; portuguese immigration; United States

1. Marco teórico

Desde un abordaje interdisciplinar, este trabajo pretende aproximarse a la historia del periodismo portugués en Estados Unidos por medio del análisis general de la producción periodística impresa en el período 1910-1929, a partir una muestra selectiva entre los escasos ejemplares de este tipo de prensa existentes en los archivos. En este período de inmigración masiva (Baganha, 2009; Wiliams, 2007; Bannick, 1971; Antunes, 1970), entraron en el país norteamericano 192.472 nuevos inmigrantes portugueses, según el *Yearbook of Inmigration Statistics 2012*.[1] Al igual que ocurrió con otras comunidades de inmigrantes, esta afluencia migratoria estimuló la producción de periódicos en portugués en diversas ciudades, que según los datos de este estudio supuso, al menos, la aparición de 52 nuevas cabeceras, una cantidad mínima en proporción con las cifras totales de periódicos difundidos en otras lenguas. Para comprender de forma general la evolución de los periódicos en lengua extranjera en Estados Unidos desde una perspectiva diacrónica y sintética, en el cuadro 1

[1] Véase: https://www.dhs.gov/immigration-statistics/yearbook/2012

se puede observar que el período de 1900 a 1930 fue, en términos cuantiativos, la época de mayor producción de publicaciones por las comunidades inmigrantes, un fenómeno que ha tenido históricamente un gran impacto socio-comunicativo en la sociedad norteamericana y que es comunmente conocido por los historiadores que lo han analizado como "prensa étnica".

AÑO	NÚMERO DE PERIÓDICOS
1886	796
1900	1163
1917	1323
1920	1052
1930	1037
1960	698
1975	960

Cuadro 1. Evolución sobre la prensa en lengua extranjera en Estados Unidos (1886–1975). Fuentes: Sally M. Miller (1987, p. 13). Véase también: Leara D. Rhodes (2010, pp. 13-14) y Pena Rodríguez (2020)

En este contexto, el objeto de estudio de esta aportación lo conforman los medios de comunicación portugueses que se publicaron en Estados Unidos en el período que va de 1910 a 1929, privilegiando en su descripción y análisis los casos más significativos con el objetivo de ofrecer una visión panorámica y paradigmática del fenómeno, que de algún modo forma parte de la trayectoria biográfica de Nelson Traquina, no sólo por su condición de hijo de inmigrantes portugueses en Norteamérica, sino también como profesional y teórico del periodismo que analizó las dinámicas mediáticas, el discurso de los medios y sus audiencias en varios de sus trabajos (Traquina, 2012, 2007, 2001), cuyas contribuciones principales al estudio del fenómeno periodístico están recogidas en el volumen de homenaje promovido por el Icnova (Ferin Cunha, Cabrera y Sousa, 2012).

Sobre la historia de la emigración portuguesa a América se conocen datos demográficos relevantes sobre los núcleos de la diáspora portuguesa en Estados Unidos, concentrados históricamente en Massachusetts, California, Rhode Island, New Jersey, New York, Connecticut y Hawai, aunque la dispersión poblacional se ha extendido a casi todos los Estados (Pena, Mesquita y Vicente, 2012; Arroteia, 2010; Holton & Klimt, 2009; Warrin & Gomes, 2001). Hay ciudades, como es el caso paradigmático de New Bedford (Mass.), cuyo flujo migratorio inicial está relacionado con la industria de la pesca de la ballena, en el que la población de origen portugués supera actualmente el 40% de sus 94.000 habitantes (Warrin, 2010). El factor territorial es importante para entender el fenómeno, pues hay una lógica relación entre el volumen de la creación periodística y el tamaño de cada colonia inmigrante: por lo general, cuantos más inmigrantes llegaban a una localidad, más periódicos se fundaban. New Bedford ha sido, de hecho, la ciudad norteamericana con mayor número de periódicos editados

a lo largo de la historia por la comunidad luso-americana, con un total 38 títulos registrados (Pena Rodríguez, 2020).

A pesar de haber sido un fenómeno de gran visibilidad e impacto en la comunidad luso-americana en su casi último siglo y medio de historia, ha habido muy pocas aproximaciones académicas al estudio de este aspecto particular de la inmigración portuguesa, que se inició con un artículo de Edgar Knowlton (1960) sobre la prensa portuguesa en Hawai, al que le siguió otro breve trabajo que Leo Pap (1987) publicó sobre la evolución histórica de la prensa luso-americana. Otro de los estudios pioneros en este campo fue publicado por Geoffrey Gomes en 1995 en la revista del Department of Portuguese and Brazilian Studies de la Brown University, *Gávea Brown*, que otorgó al fenómeno periodístico portugués en Estados Unidos una mayor proyección y relevancia académica. El estudio de Gomes, basado en su tesis de máster, hace un recorrido interesante por la prensa portuguesa en California a través de la visión que tenían sus principales periódicos sobre la política americana en el período que va desde 1880, cuando Manoel Stone funda la primera cabecera en California, *A Voz Portuguesa*, hasta 1928. Otra investigación de posgrado interesante sobre el objeto de estudio fue la realizada por Rui Antunes Correia (2004), que abordó el rol político y social del *Diario de Noticias* de New Bedford (Mass.) en los años treinta.

Las primeras manifestaciones periodísticas de las que se tiene conocimiento datan de finales del siglo XIX. Entre 1877 y 1900, se tiene constancia de que en los Estados de Massachusetts, California y Hawai se publicaron 33 títulos en portugués. En esta época, varias comunidades de portugueses se habían establecido en Estados Unidos, concentradas sobre todo en varias zonas de los Estados de Nueva Inglaterra y algunos territorios californianos (Dias, 2009) y de Hawai (Knowlton, 1960). Durante este período histórico, los grupos de inmigrantes comenzaron a organizarse en sociedades fraternales, instituciones relacionadas con la beneficiencia, clubes de recreo o asociaciones de todo tipo en los diferentes lugares en los que se fueron arraigando (Pena, Mesquita y Vicente, 2012; Dias, 2009; Dos Santos, 1999; Pap, 1981; Taft, 1969; Carvalho 1931). Los presidentes de estas organizaciones, junto con los sacerdotes, pronto se convirtieron en las figuras públicas más relevantes de las comunidades (Dos Santos, 1983). Pero a medida que el fenómeno periodístico fue adquiriendo una importancia mayor, con la creación de una opinión pública propia dentro de la colonia, los editores y periodistas se transformaron en líderes naturales con gran capacidad para influir políticamente (Pena Rodríguez, 2019 y 2016).

La primera publicación periódica en portugués editada en Estados Unidos de la que se tiene conocimiento es el semanario *O Jornal de Noticias*, que fue fundado en 1877 en Erie (Penn.) por el tipógrafo John (João) Maria Vicente con ayuda de su hijo António Maria, ambos originarios de la isla de Flores (Azores) (Pap, 1987). Tras haber trabajado en un barco ballenero en Boston, Vicente y su familia llegaron a Erie como miembros de una pequeña comunidad de portugueses que se sintieron atraídos por el desarrollo económico de la pequeña ciudad al borde del lago del mismo nombre, impulsado por la industria del ferrocarril y el transporte de mercancías. Erie era entonces una estación importante, cruce de varias lineas ferroviarias hacia Canadá y el Oeste, con puestos de trabajo y posibilidades de negocio para los recién llegados (Pap, 1981, pp. 35-53).

2. Metodología del estudio

Mediante el empleo de técnicas de carácter cualitativo y cuantitativo, se pretende mostrar los rasgos principales de este fenómeno periodístico singular en un contexto deslocalizado. Para poder abordar adecuadamente el objeto de estudio se ha tratado de cuantificar la producción periodística, así como la evolución de la prensa inmigrante portuguesa a lo largo del período estudiado, con datos como la ciudad de edición, su periodicidad, tipo de contenidos, entre otros elementos relevantes para su clasificación. Desde el punto de vista cualitativo, el estudio tiene tres niveles esenciales. En primer lugar, se intenta realizar un análisis diacrónico y sincrónico que aborde el proceso evolutivo del objeto de estudio con una organización cronológica que permita comprender sus diferentes etapas. En segundo lugar, se ha intentado hacer una aproximación temática sobre los aspectos más significativos cuando la existecia de fuentes lo permitía. Y en tercer lugar, se ha hecho un abordaje paradigmático, dedicando una atención especial a los periódicos que se han considerado más relevantes, entre los pocos ejemplares que todavía se conservan.

En cuanto a las fuentes de la investigación, se han utilizado tanto de tipo primario como sencundario. En el primer caso, se ha manejado documentación diplomática de los archivos procedentes de la embajada de Portugal en Washington y de los consulados en Boston, New York, New Bedford, Fall River, San Francisco y Providence, guardada en el Arquivo Histórico Diplomático de Lisboa y en los Arquivos Nacionais Torre do Tombo, en Lisboa. Pero, sobre todo, se han analizado las fuentes hemerográficas encontradas en los diferentes centros de investigación de Estados Unidos, entre los que destacan dos: los Ferreira Mendes Portuguese-American Archives, de la University of Masssachusetts Dartmouth, y la Freitas Library, de la Portuguese Frateral Society of America, en San Leandro (California). Asimismo, se ha recurrido también a otras fuentes interesantes que guardan algunas copias o colecciones de periódicos portugueses, como la Boston Public Library, la Kendall I. Research Library del Whaling Museum of New Bedford, la Harvard College Library, la Bancroft Library de la University of California Berkeley o la Hay Library de la Brown University.

En el caso de las fuentes secundarias, la investigación se ha orientado hacia la búsqueda de bibliografía que proporcionase conocimiento científico en seis campos primordiales para avanzar en la definición conceptual original del objeto de estudio en relación con el estado de la cuestión del tema. Se han recopilado fuentes sobre la historia de la prensa portuguesa en general, acerca del fenómeno migratorio portugués hacia Estados Unidos, en relación con la historia de la prensa étnica en Norteamérica, sobre la identidad y la cultura luso-americana, estudios relacionados con la prensa, lengua y comunicación en la diáspora portuguesa, y obras publicadas por periodistas luso-americanos o intelectuales portugueses emigrados en Norteamérica.

3. Resultados de la investigación

Entre 1910 y 1929, la prensa y, por tanto, el periodismo portugués en Estados Unidos alcanzó un período de gran crecimiento, si atendemos al número de cabeceras fundadas por los inmigrantes que han podido ser inventariadas. Aunque la

mayoría fueron fugaces, se tiene constancia documental de la edición de 52 nuevas publicaciones periódicas, que representan casi un tercio de todas las que se cree existieron a lo largo de la historia (Pena, Mesquita y Vicente, 2015, pp. 211-261). Como se puede observar en el cuadro 2, que recoge la cifra de cabeceras fundadas en cada década desde la aparición del fenómeno en 1877, la década más productiva fue la de 1920, con 34 nuevos periódicos, la mayoría (23) en el Estado de Massachusetts, principalmente en la ciudad de New Bedford. En la zona de Nueva Inglaterra, llegaron a coexistir un diario, el *Alvorada*, y cuatro grandes semanarios de información general, *O Independente*, *Novidades*, *O Popular* y *O Colonial*, algunos fundados en etapas anteriores.

1870-79: 1 (Pennsylvania)
1880-89: 8. (2, Massachusetts.); (4, California); (2, Hawai).
1890-99: 23. (9, Massachusetts); (8, California); (7, Hawai).
1900-09: 17. (9, Massachusetts); (5, California); (2, Hawai).
1910-19: 18. (10, Massachusetts); (6, California); (1, Hawai); (1, NewYork).
1920-29: 34. (23, Mass.); (5, Cal.); (3, New Jersey); (2 Rhode Island); (1 New York).

Cuadro 2. Número de periódicos portugueses en Estados Unidos (por décadas y Estados)
Fuente: Elaboración propia, basada en los datos recogidos en diversos archivos

Uno de los peródicos más importantes de la colonia portuguesa en New Bedford en esta etapa es el semanario *O Popular*, promovido por J. Santos Oliveira y publicado entre 1914 y 1935. *O Lavrador Português* lo describe en sus primeros números como un periódico muy noticioso "(…) muito bem redigido e sem ideas políticas e religiosas, (…)".[2] En su redacción trabajaron varios periodistas relevantes en la historia del periodismo portugués en Norteamérica, como João Rodrigues Rocha, Manuel C. Botelho, Vasco S. Jardim, Affonso Gil Ferreira Mendes, Inácio Santos, António S. Santos, entre otros.[3] *O Popular*, que poseía edición local en Boston, Bristol, Fall River y Providence, fue el primer periódico luso-americano en crear delegaciones con ediciones especiales, que poseían una dirección, administración y orientación editorial autónoma que pagaba al periódico un porcentaje de los beneficios publicitarios.

[2] *O Lavrador Português*, nº 64, 11 de abril de, 1914, p. 4.

[3] João R. Rocha, originario de Ponte de Lima, fue propietario y director del *Diario de Noticias* de New Bedford (Ma.) durante más de treinta años. Previamente, en la misma ciudad, había dirigido el seminario *O Independente* y, en Cambridge (Ma.), la revista *Portugal-América Portuguesa*. Vasco de Sousa Jardim, procedente de Madeira, fue editor del semanario *Esperança* en Fall River (Ma.) y del bisemanario *Luso-Americano* de Newark (NJ), todavía hoy en circulación. Y Affonso Gil Ferreira Mendes, adquirió una gran popularidad como locutor de "A Voz de Portugal", uno de los programas radiofónicos en portugués pioneros en Estados Unidos, cuyas emisiones se iniciarion en New Bedford en julio de 1933 y se mantuvo en antena durante más de medio siglo. Fue uno de los instrumentos mediáticos que más contribuyó a desarrollar la conciencia de comunidad y a reforzar los lazos entre los inmigrantes portugueses de Nueva Inglaterra.

Este modelo de negocio, que permitía ampliar la difusión y aumentar los ingresos publicitarios, fue imitado por otros periódicos, como el diario *Alvorada* (Carvalho, 1931, pp. 112-113), que se convierte, en términos de calidad periodística y popularidad, en otro de los periódicos más importantes durante los años veinte, predecesor del que fue, posiblemente, el mejor periódico en portugués de la historia de la prensa portuguesa en Estados Unidos, el *Diario de Noticias* de New Bedford, que nace en 1927. Con ambición de expandirse gracias a las oleadas de nuevos inmigrantes que llegagan a Estados Unidos, en 1922 *Alvorada* inaugura una rotativa más moderna e industrial, que le permite imprimir hasta 25.000 ejemplares por hora.[4]

Alvorada publicaba numerosas noticias relacionadas con la colonia y con la realidad política portuguesa, entre otros contenidos de carácter más narrativo. Los folletines literarios fueron uno de sus contenidos más populares entre sus lectores, especialmente entre el público femenino, que leyó con interés en sus páginas, entre otros, "Coração de criança", de Carlos Vitis; "Mysterios de Lisboa", de Camilo Castelo Branco; "O canario da fábrica", de Quirino de Sousa; "A volta ao mundo", de Jack Francinet; "As pupilas do Sr. Reitor", de Júlio Diniz; "O Conde de Montechristo", de Alexandre Dumas; o "Os filhos da milhonária" de Emile Rechebourg.[5] En agosto de 1924, debido a la popularidad creciente de las exhibiciones cinematográficas entre los inmigrantes, *Alvorada* inició también una sección llamada "Pelos palcos e cinemas", con anuncios de varias salas de cine en New Bedford, como el Olympia y el Empire.

En los inicios de los años veinte, el número de portugueses en Estados Unidos rondaba los 250.000, de los cuales alrededor de 30.000 residían en New Bedford, y 26.000 en la ciudad vecina de Fall River, las dos localidades con mayor presencia lusa.[6] Fue una época de grandes cambios legales, políticos y sociales. El gobierno norteamericano comenzó a aplicar restricciones a la entrada de inmigrantes. Primero, a través del requisito de alfabetización, que sólo permitía la entrada de los mayores de 16 años que sabían leer y escribir; y después, a partir de 1921, mediante las restricciones por las cuotas nacionales (Pap, 1981, pp. 75-85). Por aquel entonces Portugal no acababa de superar la crisis política iniciada tras la instauración de la República el 5 de octubre de 1910, con graves consecuencias para su economía. El país se hallaba en un momento de enorme inestabilidad, con la formación de hasta 46 gobiernos diferentes en el período que va desde la inauguración del nuevo régimen republicano hasta el golpe militar del 28 de mayo de 1926. A su vez, la economía de Estados Unidos comenzaba a dar señales de agotamiento y la industria ballenera había desaparecido. Por suerte para la colonia portuguesa en Nueva Inglaterra, al final de la pesca de la ballena le sucedió una etapa productiva en la industria textil, pero la gran crisis financiera de 1929 frustró su consolidación. Muchos inmigrantes portugueses que vivían del mar se reciclaron para convertirse en operarios en diversos sectores, y otros emigraron dentro de Estados Unidos, especialmente a California, mientras algunos volvieron a Portugal (Bertão, 2006; Barrow, 2002).

En los años veinte, la pujanza del periodismo en la comunidad luso-americana, plasmada de algún modo en el gran número de nuevos periódicos, era el reflejo de

[4] *Alvorada*, nº 1071, año IV, 8 de diciembre de 1922, p. 1.

[5] *Alvorada*, nº 1, año I, 25 de enero de 1919, p. 4.

[6] *Diario de Noticias*, nº 1261, 5 de octubre de 1930, p. 1.

este proceso dinámico de cambios económicos, políticos y sociales (Pina, 1945). Fue un momento histórico en el que las controversias políticas que enfrentaban al movimiento republicano y al monárquico, o al liberalismo con el conservadurismo, tuvieron una gran repercusión entre las audiencias inmigrantes. La propaganda de unos y otros, así como las nuevas ideas socialistas, comunistas y anarquistas formaban parte de un debate público que se difundía a través de las publicaciones impresas, el medio entonces más eficaz para influir políticamente. En esta década, se debate públicamente acerca de los nuevos proyectos políticos asociados a ideologías como el comunismo, el socialismo, el fascismo o el nazismo; un debate que se recrudeció durante los años treinta con el advenimiento del Estado Novo y la dimensión internacional de la trágica Guerra Civil española (Correia, 2004, pp. 91-97).

El rol de Portugal en Estados Unidos empezaba a ser también un tema que preocupaba a la población inmigrante. El adoctrinamiento político y religioso, la experimentación intelectual, el intercambio comercial y el liderazgo en la comunidad eran tres de las motivaciones más importantes para impulsar nuevos proyectos periodísticos, algunas vinculadas al movimiento monárquico portugués, como *O Talassa* y *A Restauração*. El primero, publicado quincenalmente entre 1923 y 1924, era el órgano del Centro Monárchico Portuguez de New Bedford, que estaba dirigido por el capitán Carlos Augusto de Noronha e Montanha, exiliado político y colaborador de Henrique Paiva Couceiro, responsable de las incursiones monárquicas desde Galicia contra la República portuguesa en 1911, 1912 y 1919. Entre los socios del Centro Monarchico Portuguez estaba Affonso Gil Ferreira Mendes,[7] que fundaría en 1925 *O Heraldo Portuguez*, un periódico semestral dedicado a promocionar la actividad comercial de los inmigrantes portugueses que se editó hasta diciembre de 1975.

En 1923 y 1924, también se publicó en Fall River el periódico de ideas socialistas *O Combate*, dirigido por el librero Diamantino Teixeira. Entonces también se difundía entre Fall River y New Bedford *A Luta*, una especie de hoja volante de edición periódica que era órgano del Ateneu de Estudos Sociais.[8] *A Luta* defendía postulados anarquistas y anticlericales, lo que le provocó problemas con las autoridades norteamericanas. Tres de sus redactores, António da Costa, Antóno Alves Pereira y el propio Diamantino Teixeira, fueron detenidos en 1926 y deportados a Portugal, acusados de hacer propaganda revolucionaria.[9] El anticlericalismo tuvo como respuesta la edición de varias publicaciones de carácter religioso, como *A Cruz*, impresa en Boston por el padre Abílio María da Silva Greaves, y *A Era Nova*, iniciada en 1923 por el sacerdote João F. Ferraz, párroco de la Iglesia S. Miguel Arcanjo, con la colaboración del tipógrafo Manuel Capeto.[10] También la comunidad protestante del área de Boston publicó un periódico propio, *Aurora Evangêlica*, que se cree fue editado de forma irregular desde 1918 hasta los años setenta[11].

---

[7] Ferreira Mendes Portuguese American Archives. MC 92/PAA. Véanse los documentos relacionados con el centro Monarchico Portuguez de New Bedford en el archivo personal de Affonso Gil Ferreira Mendes.

[8] *Diario de Noticias*, nº 5655, 16 de diciembre de 1937, p.1

[9] *Alvorada*, nº 2179, 24 de junio de 1926, p. 1.

[10] *Luso-Americano*, 28 de octubre de 1989, p. 31.

[11] *Diario de Noticias*, nº 14167, 14 de diciembre de 1963, p. 6

Cuando cierra el mensual *O Cosmopolitano* (1922-1925) su propietario, Frederico da Costa, natural de la isla de Madeira y notario profesional, inicia el 3 de diciembre de 1925 el semanario *O Colonial*, con sede en Fairhaven (Mass.), que se publicó hasta 1945. Disponía de una edición en Nueva York, dirigida por António Pires, y contaba con un amplio elenco de colaboradores, entre los que se encontraban algunas firmas ilustres, como el exministro republicano João Camoesas, que utilizó el periódico para sus campañas contra el Estado Novo. Era un periódico de información general de tendencia republicana, impreso en formato tipo sábana, ilustrado, de 8 páginas de extensión y numerosos anuncios de inmigrantes. En los años treinta, hizo una encendida campaña contra la dictadura en Portugal, publicando en portada editoriales que denunciaban la política salazarista.

En California, además del periódico semanal de carácter humorístico *A California Alegre,* publicado entre 1915 y 1945, aparecieron tres semanarios nuevos, *O Lavrador Português* (1912-1927), *O Imparcial* (1913-1932) y *Jornal de Notícias* (1917-1932), que tuvieron que competir con otros tres periódicos ya consolidados entonces en la colonia luso-californiana, *O Arauto* (1896-1917) *A Liberdade* (1900-1937) y *A União Portuguesa* (1887-1942). *O Lavrador Portuguez* era un periódico singular, concebido para los lectores que trabajaban como agricultores o ganaderos en los campos de California, particulamente en San Joaquin Valley, de ahi su abundancia de anuncios publicitarios relacionados con las actividades agrícolas y sus instrumentos de trabajo, como arados, tierras de cultivo o herramientas de construcción.

O Lavrador Português sería transformado por sus propietarios en el bisemanal *A Colonia Portuguesa*, publicado en la ciudad de Oakland desde el 18 de marzo de 1924 hasta el 24 de junio de 1932. *A Colonia Portuguesa* era un periódico de gran formato, con 8 páginas de media, con abundantes anuncios, fotos y grabados, que realizaba una amplia cobertura de todo lo que ocurría en la comunidad luso-americana y Portugal. Su cabecera estaba adornada con las banderas de Portugal y Estados Unidos. Disponía de diversas secciones de noticias, entre ellas "Correspondência dos Açores"; "Breves notícias de Portugal e América"; "Página de Editoriais e comentarios de A Colónia Portuguesa"; "Notas da semana" (sobre llegadas y salidas de miembros de la colonia, apertura de negocios, personas enfermas, obituario, entre otros); "O Correio da Colónia" (cartas de lectores); poemas, artículos de opinión, etc. Fue uno de los primeros títulos periodísticos en publicar artículos en inglés, en un intento por atraer a los hijos de los inmigrantes educados en inglés. Pero entre todos los periódicos portugueses creados en esta época, como se ha mencionado, el más destacado fue el *Diario de Noticias*, publicado en New Bedford entre 1927 y 1973.

Si se tienen en cuenta los años de edición de su predecesor, *A Alvorada*, que dejó de editarse justo cuando se inició el *Diario de Noticias*, su publicación se extiende durante más de medio siglo, entre 1919 y 1973. Ambos periódicos fueron fundados por el empresario procedente de la isla Terceira (Azores) Guilherme Machado Luiz, un agente de pasajes que había llegado a Norteamérica siendo un adolescente analfabeto. El *Diario de Noticias* publicó abundantes y variados contenidos sobre la comunidad luso-americana, con una clara y manifiesta defensa del idioma y los signos identitarios y culturales de Portugal, en una especie de compromiso fraterno asumido simbólicamente con su audiencia como la principal razón de su existencia. En 1966, cuando luchaba por sobrevivir ante la cada vez más menguante tirada, apeló

al sentido patriótico de los portugueses publicando anuncios con el siguiente mensaje: "Se é português e sente a necessidade de que o 'Diario de Noticias' viva, indique-nos novos assinantes". En uno de sus momentos más expansivos, a finales de la década de 1930, además de disponer de varios miles de suscriptores, el *Diario de Noticias* se vendía en 80 puntos de venta distribuídos entre Massachusetts, Rhode Island, Connecticut, New Jersey, Nueva York e Illinois. En las décadas de 1930 y 1940, la tirada del diario oscilaba entre los 9.000 y 10.000 ejemplares; y entre 1950 y 1970, la media se estabilizó entre 10.000 y 15.000 copias, con algunas ediciones que llegaron a alcanzar los 20.000 ejemplares (Correia, 2004, pp. 43-48).

En 1943, João Rodrigues Rocha adquiere el peródico y se convierte también en el director hasta su cierre. El *Diario de Noticias* era una especie de escuela familiar de periodismo luso-americano que se fue forjando desde la creación de *A Alvorada*. Una de sus figuras más emblemáticas en sus primeros años, entre 1927 y 1935, fue el brillante periodista republicano Domingos Ferreira Martins, que se incorporó al *Diario de Noticias* como redactor principal tras la clausura del consulado de Portugal en Bristol (R. Island), donde ocupaba el puesto de cónsul desde octubre de 1925.[12]

Con un discurso que intentaba mostrar el pluralismo de ideas entre los inmigrantes, en el *Diario de Noticias* convivieron articulistas con puntos de vista diversos e incluso visiones políticas enfrentadas que lo convirtieron en el paradigma de la libertad de expresión en la diáspora. Entre los que publicaron en sus páginas había intelectuales y políticos prestigiosos de varias tendencias ideológicas, como el exministro João Camoesas, el popular escritor José Rodrigues Miguéis o el director del Secretariado de Propaganda Nacional de Portugal (SPN), António Ferro. También colaboraron con el diario el dirigente de la Aliança Liberal Portuguesa Manuel Moutinho, el director de la Casa de Portugal en New York, el periodista Gil Stone, o el vicecónsul de Portugal en Providence, Manuel Caetano Pereira. Las secciones informativas del *Diario de Noticias* tenían cuatro ejes temáticos fundamentales: noticias sobre Portugal, sobre la colonia luso-americana, informaciones internacionales y asuntos relacionados con la sociedad estadounidense. Aunque con escasez de recursos y limitaciones, la cobertura periodística que el *Diario de Noticias* realizó de muchos hechos noticiosos relevantes a nivel nacional o internacional fue muy completa, más extensa y profesional que la de algunos diarios de referencia en Lisboa en el mismo período, con la característica relevante de no haber sido sometido a la censura de la dictadura salazarista.

4. Discusión y conclusiones

La historia de la prensa y el periodismo portugués en la diáspora ha sido un fenómeno que ha suscitado un escaso interés en la historiografía sobre los inmigrantes, entre los cuales la trayectoria vital y profesional de Nelson Traquina es una muestra paradigmática de la relevancia de la comunicación social lusa fuera de Portugal. Salvo excepciones, la creación de periódicos, la actividad informativa, periodística y comercial de los medios de comunicación portugueses en América han sido,

[12] *Diario de Noticias*, nº 4939, 8 de agosto de 1935, p. 1.

generalmente, objetos o fuentes de estudio poco relevantes para los historiadores de la emigración, a pesar de su cualidad para aportar una visión transversal, interdisciplinar y representativa sobre la significación de las vivencias narradas por los inmigrantes y su impacto en el seno de sus grupos sociales.

Como es lógico, lo que determinó la aparición de periódicos portugueses en diferentes ciudades fue la presencia de núcleos lusófonos lo suficientemente importantes para poder captar nuevas audiencias. La masiva llegada de inmigrantes en el período de 1890 a 1930 fue lo que impulsó el fenómeno periodístico portugués, que se consolidaría a lo largo de los años. Con los constantes flujos migratorios sostenidos a lo largo de estas cuatro décadas y el establecimiento de asentamientos poblacionales de origen lusófono en diferentes territorios, comenzaron a surgir decenas de publicaciones periódicas en portugués, muchas de ellas efímeras. En total, aunque mientras unos periódicos abrían otros cerraban, según los datos del repositorio de la investigación, los inmigrantes portugueses fundaron, entre 1890 y 1930, al menos, un centenar de cabeceras de prensa, 34 de ellas en la década de 1920, la más productiva de la historia del periodismo portugués en Estados Unidos. Durante el período de 1910-1929, en el que se centra este estudio, se fundan, al menos, 52 nuevos periódicos en portugués, algunos de ellos tan relevantes como el *Diario de Noticias*, que se editó siguiendo el modelo de periodismo norteamericano, con un estilo narrativo, contenidos variados y una amplia nómina de colaboradores. La mayoría de los periódicos editados por los inmigrantes portugueses en Estados Unidos durante la primera mitad del siglo XX se produjeron de modo casi artesanal y muchos tuvieron un carácter efímero. Los recursos eran mínimos, las audiencias reducidas, la publicidad escasa y los subsídios del gobierno portugués o americano excepcionales.

Quizás lo más característico de la prensa luso-americana se refleje en los siguientes aspectos: se trata de una prensa fruto de la inicitativa privada, en sus inicios vinculada a inmigrantes tipógrafos que vieron en ella una oportunidad de hacer negocio con la captación de anuncios comerciales; la mayoría de sus fundadores y editores proceden del archipiélago de Azores; en general, es un tipo de prensa irregular cuya audiencia varía en función de la llegada de nuevos inmigrantes; y, debido a la concentración migratoria en Massachusetts y California, muchos de los periódicos lusos se editaron en estos dos estados.

El tipo de periodismo realizado por esta prensa servía, pues, como un medio de información e integración, pero también un instrumento de aprendizaje socio-cultural y debate político. La falta de talento para redactar noticias era suplida, en ocasiones, por la transcripción de crónicas o reportajes de otros periódicos. Aunque desconocían las rutinas periodísticas y la redacción profesional de noticias, muchos inmigrantes asumieron el reto de aprender el oficio de forma autodidacta, convirtiendo sus pequeñas empresas en auténticas escuelas de periodismo, como el citado *Diario de Noticias*. Generalmente, funcionaban con un equipo reducido de inmigrantes que desarrollaban diversas tareas, periodísticas, administrativas o de promoción.

Entre los lectores, aquellos que tenían algún tipo de preparación académica o profesional y querían proyectar su liderazgo en la comunidad solían convertirse en colaboradores de alguna de estas cabeceras. Cada periódico publicado por los inmigrantes portugueses no sólo representó un proyecto empresarial con implicaciones informativas, sociales y comerciales, sino que su relevancia simbólica lo convirtió en

un referente público dentro de la colonia portuguesa, pues en mayor o menor medida contribuía a afirmar unos valores culturales compartidos y el afán de progresar económica y socialmente sin perder contacto con sus orígenes nacionales. Este modelo de periodismo proyectó un sentimiento de pertenencia que alimentaba y reforzaba la capacidad de la comunidad lusa para defender sus intereses en un entorno culturamente complejo.

La prensa en la diáspora norteamericana fue, en cierto sentido, un recurso educativo esencial para los inmigrantes, pues para algunos era su principal fuente de información sobre su nueva vida americana. Esta responsabilidad pedagógica fue asumida por *A Revista Portuguesa* de Hayward (Ca.), que señala que el principal cometido de la prensa luso-americana era combatir el "mal" de la ignorancia, pues muchos inmigrantes carecían de la formación necesaria para progresar en la sociedad americana.[13] A pesar del excelente servicio que la prensa prestaba como medio instructivo, los editores portugueses se sintieron a menudo abandonados. Algunos periódicos inmigrantes incluso hicieron campaña contra el abandono mostrado por el Estado portugués hacia la prensa lusa en Estados Unidos.[14]

Los editores luso-americanos debían reinventarse en cada nuevo número para mantener la audiencia que lo hiciera rentable. Necesitaban recordar a sus lectores las enormes dificultades que representaba publicar cada nuevo número, pues la única fuente de recursos procedía de los anuncios que publicaban los pequeños comerciantes de la colonia. A menudo, desde sus inicios a finales del siglo XIX, además de las noticias sobre Portugal y la vida comunitaria de los inmigrantes, uno de los mejores reclamos utilizados por los periódicos luso-americanos para atraer a sus lectores era la publicación seriada de folletines novelescos por episodios, que alcanzaban gran popularidad.

A partir de los años treinta, la prensa americana en inglés, más profesionalizada, ofrecía una fuerte competencia al periodismo inmigrante, sobre todo entre los miembros de la comunidad luso-americana de segunda y tercera generación, escolarizados en el idioma local. António F. Cacella, redactor jefe del *Diario de Noticias*, resumía en forma de lamento la lucha por la supervivencia de la prensa portuguesa en Estados Unidos en aquellos años: "Dependendo duma colonia relativamente pobre e muito dispersa tem além disso que lutar contra dois poderosos obstáculos, a saber: os jornais do pais, colossos de informação que abranguem todas as actividades do mundo inteiro; e o que é pior, a indiferença duma grande parte dos colonos que lhe negam o apoio devido."[15]

Referencias bibliográficas

Antunes, M. L. M. (1970). Vinte anos de emigração portuguesa: alguns datos e comentários. *Análise Social, XVIII* (30-31), 299-385.

Arroteia, J. (2010). Portugueses em Diáspora: Identidade e Cidadania. *População e Sociedade*,

[13] *A Revista Portuguesa*, nº 2, febrero de 1915, p. 12.

[14] *Diario de Noticias*, nº. 5930, 16 de noviembre de 1938, p. 2.

[15] *Diario de Noticias*, nº 5142, 7 de abril de 1936, p. 4.

18, 145-159. Disponível em http://analisesocial.ics.ul.pt/documentos/1224257153O5iFM4jp3Cy32UN4.pdf

Baganha, M. I. (2009). The Lusophone Migratory System: Patterns and Trends. *International Migration*, *47*(3), 5-20. doi:10.1111/j.1468-2435.2009.00522.x

Bannick, C. (1971). *Portuguese Immigration to the United States: its Distribution and Status*. San Francisco: R&E Research Associates.

Barrow, C. W. (Ed.). (2002). *Portuguese Americans and Contemporary Civil Culture in Massachusetts*. North Dartmouth: Tagus Press, Center for Portuguese Studies and Culture-University of Massachusetts Dartmouth.

Bertão, D. (2006). *The Portuguese Shore Whalers of California, 1854-1904*. San Jose, Calif.: Portuguese Heritage Publications of California.

Carvalho, E. (1931). *Os portugueses na Nova Inglaterra*. Rio de Janeiro: A Leitura Colonial.

Correia, R.A. (2004). *Salazar em New Bedford. Leituras Luso-Americanas do Estado Novo nos Anos Trinta* (Tese de mestrado, Universidade de Lisboa, Portugal).

Cunha, I. F. , Cabrera, A., y Sousa, J.P. (2012). *Pesquisa em Media e Jornalismo. Homenagem a Nelson Traquina*. Covilhã: LabCom.

De Menezes, F. R. de (Org.).(2011). *Paiva Couceiro. Diários, Correspondência e Escritos Dispersos*. Lisboa: D. Quixote.

Dos Santos, I. G. (1999). Os portugueses na América do Norte. *Boletim da Sociedade de Geografia*, *117*(1-12), 45-62.

Dos Santos, M. H. C. (1983). Emigração e níveis de cultura: a União Portuguesa do Estado da Califórnia (1880-1980). *Análise Social*, *XIX* (77-78-79), 961-986.

Dias, E. M. (2009). *The Portuguese presence in California*. San Jose (Calif.): Portuguese Heritage Publications.

Gomes, G. L. (1995). The Portuguese Language Press in California: The Response to American Politics, 1880-1928. *Gávea-Brown. A Bilingual Journal of Portuguese American Letters and Studies*, *XV-XVI*, 5-90.

Knowlton, E. C. (1960). The Portuguese Language Press in Hawaii. *Social Process in Hawaii*, 24, 89-99.

Pena Rodríguez, A. (2020). *News on the American dream. A hsitory of the Portuguese press in United States*. North Dartmouth: Tagus Press (University of Massachusetts Press).

—— (2019). El periodismo portugués en California. Notas históricas sobre el *Jornal Português* de Oakland (1932-1997). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 25*(1), 443-457. doi:10.5209/ESMP.63739

—— (2016). Noticias del diálogo transatlántico. Una mirada sobre la presencia ibérica en Estados Unidos a través de la prensa inmigrante portuguesa. *Transatlantic Studies Network. Revista de Estudios Internacionales*, 1, 75-87.

—— y Mesquita, M., y Vicente, P. (Coords.).(2015). *Emigración e Exilio nos Estados Unidos. Experiencias de Galicia e Azores*. Santiago de Compostela: Consello da Cultura Galega.

—— Mesquita, M., y Vicente P. (Coords.).(2012). *Galiza e os Açores – A Rota Americana*. Lisboa: Almedina-Fundação Luso-Americana & Consello da Cultura Galega.

Pap, L. (1987). The Portuguese Press. En S. Miller (Ed.), *The Ethnic Press in the United States. A Historical Analysis and Handbook* (pp. 291-302). Wesport, Conn.: Greenwood Press.

—— (1981). *The Portuguese Americans*. New York-Boston: Twayne Publishers.

Pina, L. C. (1945). *Dever de Portugal para com as Comunidades Lusíadas da América do Norte. Com uma carta-prefácio de sua Eminência o Senhor Cardeal Patriarca de Lisboa*. Lisboa: Atelieres Gráficos Bertrand (Irmãos).

Rhodes, L. D. (2010). *The Ethnic Press. Shaping the American Dream*. New York-Washington--Oxford: Peter Lang.
Taft, D. R. (1969). *Two Portuguese Communities in New England*. New York: Arno Press and the New York Times.
Traquina, N. (Org.). (2015). *Jornalismo: Questões, Teorias, "Stórias"*. Lisboa: Editora Insular.
——. (2012). *Teorias do Jornalismo. Vol 1: Porque as notícias são como são*. Lisboa: Editora Insular.
——. (2007). *Jornalismo*. Lisboa: Quimera.
Warrin, D. (2010). *So Ends This Day. The Portuguese in American Whaling, 1765-1927*. North Dartmouth: Tagus Press, Center for Portuguese Studies and Culture-UMass Dartmouth.
—— y Gomes, G. L. (2001). *Land as Far as the Eye Can See. Portuguese in the Old West*. Washington: The Arthur H. Clark Company.
Williams, J. R. (2007). *In Pursuit of their Dreams. A History of Azorean Immigration to the United States*. North Dartmouth: Tagus Press-Center for Portuguese Studies & Culture-University of Massachusetts Dartmouth.

Notas biograficas

Alberto Pena Rodríguez é Doutor em Jornalismo pela Universidade Complutense de Madrid e em História pela UNED. Professor Titular da Universidade de Vigo e investigador do Centro de Estudos Interdisciplinares do Século XX da Universidade de Coimbra.

ORCID iD: 0000-0001-8667-6287
E-mail: alberto@uvigo.es
Morada institucional: Facultade de Ciencias Sociais e da Comunicación,
Campus de A Xunqueira s/n, 36005 Pontevedra, Espanha

Maria Érica de Oliveira Lima é Professora Associada de Jornalismo na Universidade Federal do Ceará. Conselheira e ex-presidente da Rede de Estudos e Pesquisas em Folkcomunicação. Pesquisadora colaboradora do Centro de Investigação Transdisciplinar "Cultura, Espaço e Memória" da Universidade do Porto.

ORCID iD: 0003-2172-2355
E-mail: merical@uol.com.br
Morada institucional: Instituto de Cultura e Arte (ICA)
Avenida da Universidade, 2762 – Benfica, Fortaleza - Ceará CEP 60020-180, Brasil

Financiación

Este trabajo forma parte de los resultados del proyecto PTDC/COM-JOR/28144/2017 – *Para uma história do jornalismo em Portugal*, financiado por la Fundação para a Ciência e a Tecnologia (FCT). Una versión del mismo fue presentada en el XVI congreso internacional de la Asociación de Historiadores de la Comunicación, celebrado en la Universidad de Santiago de Compostela entre el 26 y 27 de septiembre de 2019.

* Submetido| Received: 2020.04.27
* Aceite | Accepted: 2020.06.03

Vida Mundial Ilustrada e a rádio

Vida Mundial Ilustrada and the Radio

https://doi.org/10.14195/2183-5462_37_6

Rogério Santos
Universidade Católica Portuguesa, Faculdade de Ciências Humanas.
Centro de Estudos de Comunicação e Cultura - CECC
rogerio.santos@netcabo.pt

Resumo

O artigo analisa as peças noticiosas sobre rádio saídas na revista *Vida Mundial Ilustrada* (1941-1946), publicação semanal generalista que atingiu 278 edições. A revista editou, no total, 131 páginas sobre a realidade nacional e internacional da rádio, incluindo uma secção própria (de novembro de 1943 a março de 1945), e em géneros noticiosos como entrevistas e notícias breves. Durante a II Guerra Mundial, a rádio desempenhou um papel importante no entretenimento e informação da população portuguesa, através da escuta de emissões internacionais, caso da BBC.

Palavras-chave

rádio; revista; locutor; cantor de rádio

Abstract

The aim of this chapter is to analyze the radio news edited in *Vida Mundial Ilustrada* (1941-1946), a weekly newspaper that reached 278 editions. The magazine published 131 pages about the reality of national and international radio and with various news genres in all editions, including a full-page section (between November 1943 and March 1945). During World War II, radio stations played an important role in the entertainment and information of the Portuguese population, mainly by listening to international broadcasts such as BBC.

Keywords

radio; magazine; announcer; radio's singer

O artigo analisa as peças noticiosas sobre rádio na revista *Vida Mundial Ilustrada* (1941-1946). Para apoio teórico, utilizo conceitos e práticas como construção de magazine (Cardoso, 2015), agendamento e relação entre problemática e acontecimento (Traquina, 2000, 2002), discurso jornalístico (Ponte, 2004), inovação (Correia e Baptista, 2007) e fotojornalismo (Sousa, 2002). A escolha pelas notícias sobre a rádio justifica-se pela investigação feita pelo autor sobre o tema. Durante algum tempo, a revista editou uma secção de página inteira sobre rádio e em igual destaque que as áreas de literatura, teatro, cinema e assuntos dedicados à mulher.

A partir da compreensão das notícias, constituo biografias pessoais e empresariais, tema essencial da História, ciência social que determina o artigo, e articulável com os Estudos do Jornalismo, área privilegiada de trabalho de Nelson Traquina. Estendi esta opção à informação sobre rádio e concluí pela abordagem regular de personalidades marcantes na época, nomeadamente locutores, que dão voz ao microfone, e cantores, que alegram os ouvintes quando os escutam na rádio. Na revista, os agentes culturais ligados à rádio foram sempre tratados com muita simpatia e, ao revelarem pequenos segredos pessoais, tornaram-na elemento ideal para estabelecer intimidade entre celebridades e o seu público, quase fazendo esquecer o papel dos *media* como intermediários de comunicação de massa.

Como perfil da revista, ela dirigiu-se a um público com curiosidade política, intelectual, social e estética, incluindo o apreço pela fotografia. A par do programa da Emissora Nacional *Serões de Trabalhadores*, em organização com a FNAT, empresas privadas como a de Francisco Igrejas Caeiro começariam a organizar espetáculos itinerantes pelo país. Se parece existir um tom ligeiro na escrita destas matérias, houve preocupações jornalísticas para atingir os interesses do público-alvo da publicação. Para melhor aproximação aos leitores, os jornalistas apostaram em géneros noticiosos como a entrevista e a notícia breve. Apesar da grande popularidade de locutores e artistas da rádio, o decorrer dos anos fez esquecer os sucessos e transformou as então estrelas em figuras anónimas e ignoradas. O artigo pretende recuperar essa memória e perceber a cultura e a política da época através da revista.

A principal questão de investigação residiu na busca de valores proeminentes nas notícias sobre rádio. Ela levou-me a querer saber que estruturas, colaborações, estéticas e linhas ideológicas se fizeram sentir na rádio no período atravessado pela II Guerra Mundial e consequências indiretas no nosso país, a par do rigor censório exercido sobre a atividade.

Estrutura da revista

A *Vida Mundial Ilustrada* (1941-1946) saía à quinta-feira e teve 278 edições. Começou com 20 páginas por número, subiu para 24, com regularidade a partir do segundo semestre de 1942, e terminou em 32 páginas, num total de mais de 6500 páginas publicadas. O preço inicial foi de 1$00 (capa a preto e branco), cresceu para 1$20 (fevereiro de 1943, com capa impressa a três cores), 1$50 (novembro de 1943), 1$80, até acabar em 2$00. A capa passou a quatro cores em julho de 1945. A mudança gráfica, em novembro de 1943, com o segundo editorial de sempre da publicação, foi ainda ocasião para começo da edição da página de rádio. A página feminina e a página de utilidades, com anúncios a produtos novos, arrancaram em abril de 1944. Páginas específicas como literatura fizeram parte da estrutura da revista desde o seu início.

O ano de fundação da revista foi o da recordação da exposição dos centenários, ocorrida em 1940, com a propaganda do regime a promover a ideia de país excecional, próspero e ausente da violenta conflitualidade causada pela II Guerra Mundial. Havia opiniões divergentes a traçarem um quadro de pobreza intelectual em Lisboa (Eliade, 2008, p. 33). Na altura da saída da revista, a opinião pública interna, dividida entre anglófilos e germanófilos, inclinava-se já para a primeira, levando José Augusto

França (2014) a indicar essa tendência como marca da revista. Para o historiador, se *Vida Mundial*, surgida em 1939 como documentário semanal da imprensa e a viver da seleção de artigos nacionais e traduzidos, teve um grande sucesso, *Vida Mundial Ilustrada* teria uma opção anglófila bem informada, conveniente ao governo (França, 2014). Na realidade, parece-me necessário matizar esse posicionamento, pelo menos até finais de 1942, com equilíbrio entre posições próximas quer das democracias europeias quer do poder ditatorial.

A redação e administração funcionavam na rua Garrett, 80, 2º, Lisboa, com o telefone 25844, passando, em outubro de 1943, para a travessa da Emenda, 69, 2º, e o mesmo telefone, junto "ao Calhariz de nobres tradições", como se escreveu. Previa-se uma tiragem inicial de cinco mil exemplares por número e preço de 1$00, "destinada à inserção gráfica dos mais importantes acontecimentos dos vários países", reservando capa da revista e um mínimo de três a quatro páginas para os acontecimentos da vida nacional (29 de março de 1941, SNI, ANTT, Caixa 691). A edição gráfica era executada nas oficinas Bertrand, na travessa da Condessa do Rio, 27, Lisboa, cobrando esta um valor até mil escudos por edição (14 de março de 1941, SNI, ANTT, Caixa 691) e libertando a revista de encargos com pessoal de composição e impressão.

O proprietário e editor da revista, Joaquim Pedrosa Martins, depositara dezasseis mil escudos como garantia da publicação da revista (31 de março de 1941, SNI, ANTT, Caixa 691). Nascido em 1914 em Lisboa e engenheiro de profissão, Joaquim Pedrosa Martins era já dono de *Vida Mundial*. A propriedade da revista aqui estudada passaria para Vida Mundial Editora, a partir de novembro de 1943, quando se escreveu o segundo editorial da publicação e a coincidir com nova linha gráfica, remetendo o fundador para um lugar mais recatado.

Quanto ao diretor da revista, José Cândido Godinho (1898-1950), apresentou um percurso iniciado na política, mas migrando para o jornalismo. Ele concorreu às eleições autárquicas de novembro de 1922 em Setúbal, concelho de nascimento. Das cinco listas, a independente de partidos pertencia-lhe, embora apoiado pelo jornal *Semana de Setúbal* (Alho, 2010, p. 53). Poucos meses depois, passou a representante local do Partido Republicano Radical (Ferreira, 2019, p. 89). Em março de 1925, surgia o *Diário do Povo*, jornal dedicado ao desporto e ligado ao mesmo partido, com José Cândido Godinho a secretário de redação (Fernandes, 2011). Em 1925, era um dos diretores da publicação *Os Sportsinhos*, de estímulo das atividades desportivas das crianças. José Cândido Godinho também dirigiu a *Vida Desportiva*, iniciada em 1927, e foi ainda diretor da revista *Vida Mundial* (1939), a sair ao sábado.

Vida Mundial Ilustrada (1941-1946), com subtítulo *Semanário Gráfico de Atualidades*, teve apenas três editoriais assinados pelo diretor, a mostrar que a orientação da publicação não necessitava do permanente discurso direto do seu responsável. Do primeiro editorial, o diretor escreveu sobre a necessidade da revista, a significar progresso e cultura conquanto em momento de grande dramatismo e violência mundial. No editorial, José Cândido Godinho propunha que,

> pela ilustração, esclareça e informe e oriente o público – com esse poder de verdade que mais do que a palavra falada ou escrita, a imagem traduz – sobre os rumos que o mundo está seguindo. Um jornal, além disso, que constitua um documento de literatura e do jornalismo.

Assim, literatura, cultura, comentário político internacional, fotografia e desenho estariam juntos desde o número de lançamento. A primeira página literária foi assinada por Ramada Curto, mas o responsável inicial da página seria Álvaro Salema, passando para Luís Forjaz Trigueiros no verão de 1943 e regressando a Salema em novembro de 1945. Francisco Veloso assinou sempre a análise política internacional. Uma secção prolongada no tempo foi "Calçada da Glória", de Luís de Oliveira Guimarães, com histórias sobre personalidades importantes do país, acompanhadas com desenhos. "História da II Guerra Mundial", de Carlos Ferrão, iniciada em novembro de 1941, com análise dos seus principais intervenientes e locais dos maiores combates, a parecer um folhetim com muitos episódios, foi outra secção duradoura. Fernando Fragoso editou a página de cinema, a partir de 1943. Por vezes, imprimiu-se uma secção de "Atualidades Gráficas", com fotografias de acontecimentos nacionais.

Muito atenta ao discurso jornalístico, Cristina Ponte (2004) escreveu sobre *folhetim* e *jornalismo de interesse humano*, que adoto aqui ao avaliar os textos de Luís de Oliveira Guimarães e, em menor grau, Carlos Ferrão. Depois de situar o começo do folhetim na imprensa e a polémica que esse formato narrativo pode adquirir num jornal, ela apontaria a técnica do episódio (do folhetim), a jogar "com múltiplas peripécias, rudes, inesperadas e comoventes, tudo devidamente seriado para que se mantenham a curiosidade e a expectativa" (Ponte, 2004, pp. 46-47). O folhetim surgia assim como compromisso entre literatura e jornalismo, dada a sucessão de episódios cativar o leitor. A revista semanal adaptar-se-ia bem à ideia de folhetim.

De outros colaboradores de *Vida Mundial Ilustrada*, saliento António Botto, Castro Soromenho, Félix Bermudes, Gentil Marques, João de Barros, Manuela de Azevedo, Maria Archer, Mário Domingues, Marques Gastão, José Ribeiro dos Santos, Rogério de Freitas e Gentil Marques. Ao longo da vida da revista, publicaram-se contos de colaboradores acima identificados, a que se juntaram Fernando Namora, Aquilino Ribeiro e Alice Ogando (Mary Love). Os contos eram acompanhados de ilustrações do mesmo modo que as figuras políticas e militares destacadas em cada edição ("Figuras da Vida Mundial"), algumas de grande interesse gráfico, além da página humorística, em especial nos anos finais da revista. Por isso, nomeio ilustradores como Stuart Carvalhais, Santana, Rudy e Zeco (Borges Correia). Pela rápida apresentação dos colaboradores da revista, aliada à marca gráfica e visual, conclui-se pela sua qualidade.

A estrutura fixa seria pequena, com o diretor a partilhar trabalho com a chefe de redação Manuela de Azevedo (1911-2017), cargo que ocupou em parte significativa da vida da publicação. Tal foi evidente na passagem da fase inicial da publicação com muito espaço dedicado à fotografia para um maior equilíbrio com textos de análise (e entrada de notícias sobre rádio). Também uma página de humor ou desenhos existiu com maior força no período em que foi chefe de redação. Ela foi a primeira mulher a possuir carteira profissional de jornalista em Portugal e, conhecida pela verticalidade intelectual e política, ajudaria a fixar a identidade democrática da revista, afastando-a de hipotéticas derivas favoráveis às forças alemãs na guerra. Apesar da ficha técnica excluir nomes além de proprietário e diretor, a revista contaria com recursos usados na publicação irmã *Vida Mundial*. A saída de Manuela Azevedo para o *Diário de Lisboa* no final de 1945 contribuiria para a perda de qualidade e desaparecimento da revista no ano seguinte.

O segundo editorial da publicação surgiu em novembro de 1943. Após justificar o aparecimento da revista dois anos antes, o diretor José Cândido Godinho disser-

tou sobre os seus objetivos finais, o de refletir não apenas a realidade nacional, mas projetar a vida mundial. As restrições impostas pela guerra limitariam os objetivos. No final de 1943, chegara o momento da renovação, com a revista como

> outra – sendo a mesma. É outra pela sua estrutura, numa arrumação gráfica que constitui um cometimento revolucionário no nosso meio, e na nossa imprensa, pela variedade dos seus assuntos, pela forma objetiva como estes são tratados. Torna-se, assim, mais eclética, mais completa, mais uma revista dos tempos em que vivemos.

O terceiro editorial seria escrito na última edição, a 19 de setembro de 1946, onde se indicava que a interrupção por algum tempo se devera a dificuldades diversas, entre as quais as de execução gráfica, apontando para a transição de revista semanal para mensal. Na realidade, a *Vida Mundial Ilustrada* deixaria de se publicar. Depois, em julho de 1948, a empresa proprietária de *O Século* comprava a própria *Vida Mundial*, onde esta era composta e impressa e funcionava a redação e administração, a exigir mais trabalho de redação, página humorística de desenhos e romance em folhetim (França, 2014). Na nova fase, a revista permaneceu sob a direção de Cândido Godinho até ele morrer em 1950.

Entrevistas e referências a figuras da oposição democrática indiciariam uma disposição favorável ao triunfo dos aliados na II Guerra Mundial, aludida atrás, caso de entrevistas com Norton de Matos e Alves Redol e reportagem sobre o professor Joaquim de Carvalho na universidade de Montpellier. Contudo, ainda no primeiro número, por exemplo, combinar-se-iam títulos como "Se a Inglaterra for invadida" e "Fátima pela paz do mundo e de Portugal". A escolha de contistas acima identificados refletiria algum equilíbrio, embora pendesse para figuras menos alinhadas com o regime. A batalha de Estalinegrado, terminada em fevereiro de 1943, e o desembarque na Normandia, em junho de 1944, mostrariam as mudanças de rumo na guerra. A linha geral da revista seguiu estas marcas temporais e clarificou as suas opções.

Do ponto de vista organizativo, uma homenagem ao diretor da revista (junho de 1946) permitiria conhecer as ligações à imprensa, cultura e arte, fotógrafos, caricaturistas, artistas da rádio, editores, realizadores de cinema, tradutores, comerciantes e industriais gráficos, tudo atividades e funções na cadeia de valor da edição impressa.

Conteúdos da revista

A *Vida Mundial Ilustrada* assumiu-se como publicação dedicada à atualidade gráfica dos acontecimentos. Em termos de jornalismo, uma revista define-se como possuidora de trabalho imaginativo, apoiada na imagem e no *design* e sem a pressão diária que condiciona a imprensa diária (Cardoso, 2015, p. 57). O artigo aqui segue, além disso, a divisória entre ocorrências naturais e informação agendada (Traquina, 2000; Molotch e Lester, 1992). Segundo Molotch e Lester (1992), os acontecimentos podem ser naturais (desastre como terramoto, acidente como queda de avião) ou provocados por interesses de uma ou mais entidades (revelação de escândalo). Para Traquina (2000), o campo noticioso envolve agentes especializados na elaboração de notícias, pelo que separa o agendamento em três parcelas: mediático, público e

político. O agendamento remete para o trabalho constante de promotores de acontecimentos e para os interesses próprios que colocam, ou, de outro modo, para as arenas públicas em que acontecimentos e temas são apropriados e desenvolvidos.

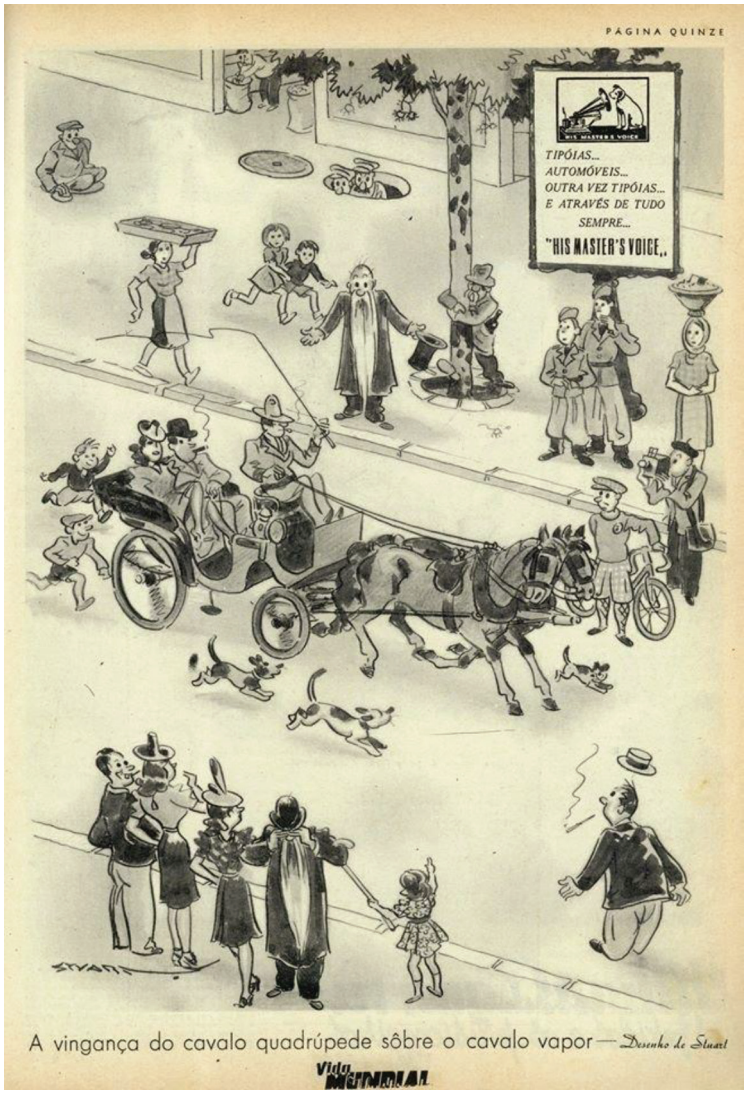
Visto retrospetivamente a partir da internet, os meios de comunicação de massa tinham velocidade menor na divulgação dos acontecimentos: a imprensa menos que a rádio e a televisão, os semanários menos que os diários. Em momentos cruciais, a imprensa fazia sair edições ao longo do dia, se as novidades fossem muitas, caso de situações dramáticas durante a guerra, período em que a revista se publicou. Com a rádio, a atualidade ficou facilitada, nomeadamente com a edição de noticiários em cada hora. Ao menor tempo de promoção do evento corresponde mais emoção e menor distanciamento e reflexão; a um maior tempo de divulgação corresponde menos atualidade e mais capacidade analítica. Na revista, o agendamento seria contrabalançado pela menor importância da atualidade e pelas decisões tomadas em reunião de redação, com as notícias a pesarem menos que as reportagens e entrevistas temáticas. Nesta linha, prefiro o termo temática a problemática, pois a última coloca ênfase no agendamento e torna o jornalismo demasiado responsável nas decisões políticas fundamentais, o que uma revista como *Vida Mundial Ilustrada* não pretendia atingir. Conquanto as novidades fossem enquadradas na terminologia de acontecimento, como observou Nelson Traquina, a manutenção das secções da revista estimulou a continuidade temática.

Parto da análise das capas, a maioria delas destinada a apontar temas desenvolvidos no interior, mas quase sempre sem ligação à atualidade. Tal tornou-se mais nítido nos números editados depois de 1943, em que a revista destacou artistas de cinema americano. Mesmo na primeira centena de edições, algumas capas referiam acontecimentos recentes, mas a escolha obedeceu a critérios estéticos mais do que atualidade, exemplificadas em fotografias sobre vida rural, moda e entretenimento. No interior da revista, e em especial nas secções fixas, o principal critério de publicação foi a tematização e não a ocorrência. Como revista semanal, a análise tinha um impacto mais interpretativo que informação imediata, com entrevistas e reportagens. No caso de notícias breves, havia uma ligação mais direta à atualidade. No conjunto, pesaria muito a oportunidade fotográfica, com imagens a preencherem uma parcela significativa de cada página da revista.

Jorge Pedro Sousa (2002), que analisou o fotojornalismo durante e após a II Guerra Mundial, chamou a atenção para o crescimento de agências fotográficas e dos serviços fotográficos das agências de notícias. Para ele, houve diversas vias de desenvolvimento: a fotografia jornalística e documental encontrou outras formas de expressão, a rotinização do trabalho fotojornalístico produziu imagens em série de *fait-divers* e a foto de ilustração distinguiu as vedetas e estrelas do cinema e dos *media* (Sousa, 2002, p. 21). As fotografias publicadas na *Vida Mundial Ilustrada* cumpriam estes requisitos, com imagens fornecidas por agências internacionais embora não identificadas. Por seu lado, a infografia ocuparia um lugar incipiente. Para Ribeiro (2008), a infografia, fronteira entre texto e imagem, acompanha as notícias de rutura (acontecimentos imprevistos e de grande impacto na vida e na opinião pública), o que não se verificava totalmente na revista. Em número de julho de 1942, a retratar a evolução da guerra, o texto foi ilustrado com mapa do Egito e as forças militares em confronto. Ainda sobre a II Guerra Mundial, um número de junho de 1944 apresentou um novo mapa da Europa a indicar as posições de alemães e de aliados.

Na minha leitura da revista, encontro três fases, a primeira das quais possuía muitas fotografias de militares e dos diferentes exércitos em combate na II Guerra Mundial (Alemanha, Inglaterra e Itália), em territórios da Europa e do Médio Oriente, em especial até dezembro de 1942. No caso destas fotografias, houve um predomínio inicial da realidade alemã, talvez relacionado com facilidade de obtenção das imagens. Também Salazar e Carmona surgiram em algumas capas. Embora não tão datado, encontro uma segunda fase, com motivos mais populares, como na época das vindimas ou do verão e da praia, várias com identificação de fotógrafos portugueses. A capa de número de abril de 1943, com fotografia de homem no mar, tem estética neorrealista, algo não comum no conjunto das capas. Uma terceira e mais nítida fase, foi aquela em que as capas traziam fotografias de estrelas de cinema, a antecipar o fim da II Guerra Mundial, a vitória dos aliados e o novo predomínio da cultura americana, aqui em muitas notícias breves. Diversas imagens traziam estrelas em fato de banho, com preferência pela elegância das suas pernas. Juventude e beleza feminina eram, aliás, visíveis na maioria das capas a partir de julho de 1944, a atrair o público masculino.

Vida Mundial Ilustrada, 11 de dezembro de 1941



Vida Mundial Ilustrada, 16 de abril de 1942

Vida Mundial Ilustrada, 23 de dezembro de 1943

Vida Mundial Ilustrada, 31 de maio de 1945

Informação radiofónica

A informação radiofónica na *Vida Mundial Ilustrada* aqui trabalhada preencheu 131 páginas (ou partes de páginas) sobre a realidade nacional e com diversos géneros noticiosos. Excluí da análise textos sobre as realidades inglesa, espanhola, americana e brasileira. Do total, destaco 62 páginas inteiras sob o título de secção *Rádio* (com variados géneros dentro) e doze capas. Dos géneros jornalísticos indico-os no Quadro 1, com relevo para breves, com blocos escritos em 67 páginas, seguindo-se 55 entrevistas, 18 notícias e 13 notícias sobre concurso levado a efeito pela revista.

Género	**Quantidade**
Capas	12
Notícias	18
Breves (blocos)	67
Editoriais	11
Entrevistas	55
Reportagens	10
Fotorreportagens	2
Fotografias (mais desenho) legendadas	13
Destaques com fotografia na capa	3
Perfis de personalidades	2
Última página	1
Concurso	13

Quadro 1. Géneros jornalísticos da informação sobre rádio
Fonte: *Vida Mundial Ilustrada* (1941-1946)

Cada bloco de notícias breves engloba diversas notícias. Embora distorça a metodologia habitual, contei o bloco como unidade. A notícia breve representa o valor noticioso da atualidade, pelo que realcei os blocos, devidamente sinalizados com filete e título, e não a totalidade das notícias breves. A média de extensão da notícia breve tinha à volta de quatro a seis linhas e incluía críticas a programas e autores, notícias de cantores e canções para rádio, pagamento a colaboradores da rádio, passagem de discos antigos e "arranhados" e confraternizações, entre escrita séria e irónica.

Destaco o elevado número de entrevistas feitas a gente da rádio. O género permite verificar a existência de novidade em termos jornalísticos – a criação de publicações dedicadas ao consumo de massas com a publicitação de vedetas e celebridades. Ainda num tempo sem televisão, o conhecimento público de locutores e de artistas da rádio processou-se deste modo. Também significativo, no conjunto da informação sobre rádio, o uso de reportagens e fotorreportagens (12) e fotografias e desenho com legendas (13), sem contar com as capas dedicadas às estrelas da rádio (cantores e locução). Destas, indico Milita Meireles, Maria da Graça, Maria Gabriela, Gina Esteves, Maria Sidónio, todas cantoras, Maria Eugénia Branco (três vezes) e Óscar de Lemos, artistas de cinema, Maria Matos (teatro) e Fernando Pessa (locutor). A primazia foi dada às estrelas femininas e a repetição de Maria Eugénia deveu-se ao seu papel no filme *A Menina da Rádio*. Algumas das cantoras seriam capa por causa de concurso de artistas da rádio, com a revista a promovê-las numa altura em que se encontravam na lista dos candidatos mais votados. Todas as cantoras teriam vida curta de estrelato, desaparecidas após o casamento.

Se *Vida Mundial Ilustrada* tinha como principal público-alvo pessoas interessadas em política e cultura, a massificação de informação sobre vedetas e celebridades

atingiria depois públicos mais populares com revistas como *Flama* e *Plateia*, aliás notabilizadas pela produção de concurso de rainhas e reis da rádio ao longo das décadas de 1950 e 1960, quase todo o período a incluir já televisão em Portugal.

A página dedicada à rádio iniciou-se em 11 de novembro de 1943 e desapareceu em 8 de março de 1945, indicador da influência do popular filme *A Menina da Rádio* (1944) e de jornalistas encarregados da sua escrita. O tema principal do filme, realizado por Artur Duarte, com Maria Eugénia Branco no principal papel feminino e António Silva, Maria Matos, Ribeirinho, Óscar de Lemos e Fernando Curado Ribeiro em outras personagens, era a origem das estações de rádio e a vedetização dos seus artistas. Os jornalistas mais identificados nos textos da revista seriam Repórter 1 (16 textos) e Repórter 2 (11). A pesquisa histórica não permitiu apurar os seus nomes. Os depois radialistas conceituados Domingos Lança Moreira (quatro textos) e Fernando Curado Ribeiro (11) assinariam nomeadamente entrevistas a figuras da rádio, com o segundo a ficar responsável da secção de rádio e dos seus editoriais, como forneço adiante. Lança Moreira escreveu entre julho e outubro de 1942. O primeiro trabalho de Fernando Curado Ribeiro assinado na revista foi em outubro de 1944, a coincidir com a rubrica de breves *Gongs*, a substituir À Escuta. Uma rubrica nova, *Nota da Semana*, aparecia na edição de 12 de outubro de 1944. A entrada de Fernando Curado Ribeiro deve ter-se feito nessa altura, popularizado já por filme atrás indicado. Na *Nota da Semana* de 26 de outubro de 1944), ele escreveria:

> Num país pobre de meios de divulgação e de transporte, a Rádio tem ascendência e prestígio notáveis. Tal é o nosso caso. Deve ser fundamental a importância da Rádio na educação da massa popular, além da sua preponderância como fonte informativa. A par deste aspeto, a Rádio deve representar ainda por excelência a distração do povo – a mais barata, a mais cómoda, a mais compreensível. Depois, a Rádio é ainda a fonte musical de inesgotáveis recursos e, consequentemente, o melhor meio transmissor da Arte.

Na *Nota da Semana* de 2 de novembro de 1944, Fernando Curado Ribeiro defendia que a rádio não é uma "série de independentes trabalhos e funções", mas "um conjunto de esforços dirigidos", que aparece pela voz do locutor e sem esquecer "dificuldades, restrições, tabus, impossibilidades e contingências que a nossa Rádio, em especial, suporta". Aqui, uma crítica disfarçada à censura sobre os media exercida pela ditadura. Numa outra *Nota da Semana*, ele faria um alvitre sobre a rádio particular bem feita, mas que as autoridades de telecomunicações nunca atenderiam. As estações centralizadoras – assim designadas durante a II Guerra Mundial e anos seguintes por uma estação emitir, na sua frequência, a programação das outras estações amadoras – de Lisboa e Porto emitiam em frequências próximas, interferindo nas emissões. O Porto não ouvia Lisboa e vice-versa e, no meio do país, as interferências mútuas não permitiam acompanhar nem uma nem outra.

Os nomes ventilados nas notícias, entrevistas e reportagens – a mostrar as vedetas de então e, em simultâneo, a radiografia cultural da época – incluiriam cantores (Maria Sidónio, José Badajoz, Maria da Graça, Luís Piçarra, Maria Gabriela, Gina Esteves, trio Lamiti, Cidália Meireles, Milita Meireles, Irmãs Remartinez, Excêntricos

do Ritmo), artistas (Maria Eugénia Branco, Óscar de Lemos, Irene Velez, Carmen Dolores), estrelas da rádio (Mimi Extremadouro, Arménio Silva), locutores (Manuel Lereno, Francisco Igrejas Caeiro, Alfredo Quádrio Raposo, Jorge Alves, Maria Leonor Magro, Fernando Pessa, José Castelo, Artur Agostinho, Francisco Mata, José de Oliveira Cosme, José Fernandes, Joana Campina Miguel, Domingos Lança Moreira, Fernando Curado Ribeiro, Rui Ferrão, Humberto Mergulhão, Pedro Moutinho), escritores (Alice Ogando, Olavo d'Eça Leal, Adolfo Simões Müller), dirigentes de estações (Manuel Bivar, António Joyce, Álvaro de Andrade, Fernando Laranjeira, Américo Santos, Júlio Nogueira), compositores ou dirigentes musicais (Pedro de Freitas Branco), estações (Emissora Nacional, Rádio Clube Português, Rádio Peninsular, Rádio Graça, Clube Radiofónico de Portugal, Rádio Clube Lusitânia) e personagens de programas (Senhor Zacarias).

A incidência da informação iria para locutores e artistas da rádio e não programas, com realce para viagens de trabalho fora do país (Brasil, Estados Unidos, Inglaterra) ou situações pessoais (casamentos, estágios). Um dos programas identificados foi *Programa da Manhã*, da Emissora Nacional. O locutor José Castelo mereceu notícia por regressar da BBC. Sobre a parte técnica das estações, foi dado relevo às antenas de Castanheira do Ribatejo, de melhoria das emissões em ondas curtas para as colónias e regiões com emigrantes portugueses.

A publicação mostraria de forma discreta as suas posições políticas, já assinaladas e que explico melhor à frente quando escrever sobre um concurso lançado em 1944. Assim, felicitava Rádio Atlântico por alguns dos programas saírem da rotina das estações amadoras e indicava as novas instalações da estação e os novos projetos. A revista dava parabéns à Rádio S. Mamede e José da Costa Pais igualmente pelas modernas instalações. As duas rádios pugnavam por valores da oposição democrática. Um louvor seria dado a Portuense Rádio Clube devido a emissões em direto. Ao contrário, viriam críticas à Rádio Continental, acusada de sectarismo injustificável por passar só música séria. O historiador sentiu-se incapaz de vislumbrar a razão do comentário, a não ser que tal significasse estética antiquada. Sabe-se que o proprietário da estação tinha posicionamento político fascista, mas aqui não se juntam opções estéticas e políticas. Além disso, o critério musical dos jornalistas da revista era variado, caso do elogio a programa de Ideal Rádio pela transmissão de música de concerto. Também Rádio Luso foi criticada por transmitir 70% de música alemã nas suas emissões. A notícia acabaria a sugerir uma questão de gosto: "parece-nos que, com vantagem para os seus programas, podia transmitir música de outra nacionalidade. Por exemplo: música italiana, japonesa". Isto é, países então ao lado da Alemanha na II Guerra Mundial. No final desta, Rádio Luso foi comprada pela Mocidade Portuguesa. Por seu lado, Rádio Graça aparecia como símbolo da má qualidade e da pedinchice constante, situação vista como geral nas rádios locais.

Num critério de jornalismo de proximidade, no final de 1944, *Vida Mundial Ilustrada* entrevistaria dirigentes das estações locais, então chamadas de postos amadores: Rádio Peninsular, Rádio Graça e Clube Radiofónico de Portugal. A revista recebia cartas elogiosas e cartas anónimas, aqui com ameaças e injúrias, com o jornalista a reagir e aludir a "senhores" que massacravam os ouvintes com péssimas locuções, canções e recitações. Duas notas suplementares, uma delas a crítica aos

discos velhos e riscados. Outra: para locutores com vozes detestáveis, o articulista sugeria que a censura radiofónica estendesse aí a sua atividade.

Como hoje, os locutores movimentavam-se então de estação para estação. Sobre o locutor José do Nascimento perguntar-se-ia pelo seu paradeiro, a deixar perceber que a aventura nas Emissões Atlântico fracassara. Algum tempo depois, seria noticiado por serviço de locução e encarregado da programação de Rádio Clube Português. Do mesmo modo, consegue-se entender o movimento de pessoal da Emissora Nacional pelas notícias da revista. No começo de novembro de 1944, Jorge Pereira Alves e Fernando Curado Ribeiro pediam demissão, seguindo-se Áurea Reis, Olavo d'Eça Leal e Maria de Rezende. Era parte significativa da geração inaugural da estação. Fernando Pessa já saíra para a BBC. A segunda geração de locutores afirmar-se-ia, apesar de alguns não aguentarem a pressão do regime político após o final da guerra e acabarem despedidos.

Na Emissora Nacional, entrariam Etelvina Lopes de Almeida e Alberto Represas (final de novembro de 1944). Este trabalhara já em Voz de Lisboa, Emissões Atlântico, Rádio S. Mamede e Clube Radiofónico de Portugal, tendo várias dessas pequenas estações um perfil próximo dos aliados da II Guerra Mundial, o que traria dissabores posteriores a algumas delas. Etelvina Lopes de Almeida fizera uma curta carreira de cantora, ao lado da irmã, numa época em que grupos vocais de irmãs eram vulgares, como Irmãs Martinez, Irmãs Meireles, Irmãs Santos e Trio Lamiti. No início de fevereiro de 1945, surgia o convite para Artur Agostinho ingressar na Emissora Nacional, depois também muito conhecido como repórter desportivo.

Um concurso, lançado na edição de 24 de fevereiro de 1944, visaria a escolha da vedeta portuguesa mais popular em atuação nos microfones da rádio. Os leitores da publicação podiam participar e votar no artista da sua simpatia, desde que indicassem nome e morada daqueles e estação onde o artista votado costumava atuar. Isto quer dizer que os cantores tinham fidelidade às estações (ou etiquetas de música), daí se chamarem artistas da rádio. No final do concurso, houve uma festa de consagração da vedeta mais popular. Como recompensa para os leitores, estabeleceram-se prémios, como recetor de rádio, relógio e garrafas de vinho do Porto. Cada número da revista trazia um cupão para o concurso.

O concurso tinha por detrás de si um contexto social e político. Em dezembro de 1943, fundara-se o Movimento de Unidade Nacional Antifascista (MUNAF), quando se percebeu que a II Guerra Mundial estava a ser ganha pelos aliados. Em outubro de 1945, sucedia-lhe o Movimento de Unidade Democrática (MUD), para preparar eleições e criar o debate público em torno da democracia parlamentar, a desejar o desaparecimento da cena de Salazar e do seu regime. De modo quase inconsciente, o concurso serviria como simulacro do futuro democrático, com cada leitor da publicação a votar livremente no seu artista candidato.

Na sua investigação, Correia e Baptista (2007) considerariam a censura como grande fator de bloqueio do jornalismo e encontrariam sinais de transformação em finais da década de 1950, devidos essencialmente aos vespertinos, caso do *Diário Ilustrado* (1956), a apostar em jornalistas jovens, assinando muitas reportagens, e em repórteres fotográficos, numa espécie de continuidade da estrutura de *Vida Mundial Ilustrada*, a meu ver a revista pioneira na tentativa de democratizar o país através dos *media*.

Destaque de algumas peças

Aqui, dou privilégio aos trabalhos de dois colaboradores da *Vida Mundial Ilustrada*: Domingos Lança Moreira e Fernando Curado Ribeiro. Apesar de os seus contributos se estenderem por pouco tempo, a participação deles na revista demonstrou que o trabalho de locutor não é isolado, mas feito em relação com a comunidade produtiva. Outro elemento daqui retirado é a ausência prévia de formação académica ou profissional, ambos aprendendo no decurso da atividade. O futuro imediato, no caso de Fernando Curado Ribeiro, significou um contacto internacional e maior conhecimento, passando por Congo Belga, Bélgica, França e Inglaterra, exemplo antecedido por Jorge Alves.

Já quanto a Domingos Lança Moreira, depois da colaboração na revista, ele especializou-se numa área, constituindo até uma empresa, a dos relatos e comentários desportivos. Ele começou a sua carreira em Rádio Voz de Lisboa, passou para Rádio Clube Português e Emissora Nacional, onde chegou no verão de 1944. Para a revista, escreveu quatro peças (entrevistas, reportagem), com trabalhos a corresponderem a uma ideia de biografia de carreira, entre consagrados e recém-chegados à atividade.

Um dos trabalhos foi a entrevista a José Fernandes Badajoz (1920-2000), conhecido como cavador e poeta e que apresentaria as suas canções em Rádio Clube Português. Na altura da entrevista, o cantor amador entusiasmara-se com a proposta de cantar em rádio, onde obteria grande êxito. Cavador de profissão, ele interessara-se pelas artes desde a adolescência. Hoje, o seu nome corresponde a rua em Colares. Se este texto destacava a música popular rural, outro texto relevava a música erudita, com entrevista a três cantoras (Maria Adelaide Robert, Arminda Correia e Maria Teresa Dinis Sampaio). Na peça sobre o trovador rural, a ênfase colocou-se na espontaneidade; na outra, realçou-se o longo curso de aprendizagem e atualização da formação. O terceiro trabalho foi a entrevista a Manuel Lereno (1909-1976), voz da Emissora Nacional e instrutor de locução na Mocidade Portuguesa, a indicar um engajamento político preciso. A colaborar com a Emissora Nacional como leitor, entraria como locutor. Já em 1974, em desacordo com o rumo da revolução política, saiu zangado da rádio. Muito tempo depois, Lança Moreira escreveu sobre Jorge Alves, regressado dos Estados Unidos para casar.

Outro colaborador de grande relevo em *Vida Mundial Ilustrada* foi Fernando Curado Ribeiro, de que se destacariam a direção da página de rádio e oito entrevistas. Antes de escrever na revista, foi entrevistado e considerado um dos artistas mais inteligentes da geração. Então, a referência era a sua interpretação em *A Menina da Rádio*. Nascido em Lisboa, ele entraria no grupo musical *Excêntricos do Ritmo*. Vencedor de concurso para locutor da Emissora Nacional, seria proibido de cantar, para não acumular funções. A protestar contra a decisão, um grupo de mais de cem costureiras enviaria um abaixo-assinado.

Fernando Curado Ribeiro começaria as suas entrevistas com Olavo d'Eça Leal (1908-1976), escritor, tradutor, artista gráfico, locutor e ator. Sobre a locução, este responderia ter um tempo e o microfone ser "uma válvula de escape". Vaidoso a falar da sua atividade literária, considerava ter material para editar muitos volumes. Na realidade, publicou diálogos radiofónicos *Falar por Falar* (1943), *A Voz da Rádio* (1944) e *Nem Tudo Se Perde no Ar* (1946), e vários livros. Depois, o editor de *Vida Mundial*

Ilustrada entrevistaria Francisco Igrejas Caeiro, que ganhara em jovem o concurso À Procura de um Ator e de uma Artista e, logo depois, se oferecera para colaborar no teatro radiofónico da Emissora Nacional, ficando como locutor. Ele defenderia um misto de rádio pública e rádio comercial, com cada estação a criar programas de acordo com o seu público, o que seria o futuro do próprio locutor após o saneamento político da rádio do Estado em 1949. A seguir, Caeiro criou o programa itinerante *Companheiros da Alegria*, proibido quando admitiu a sua admiração por Nehru, num momento em que as relações diplomáticas de Portugal com a União Indiana estavam cortadas. Ele seria readmitido na rádio pública e eleito deputado após 1974.

Aproveitando uma estada no Porto, onde contactou estações locais para relatório destinado ao SNI, Fernando Curado Ribeiro entrevistou Júlio Nogueira, diretor de Rádio Clube Lusitânia. O locutor e redator desconhecia a posição de oposicionista em Júlio Nogueira, que o levara à prisão, e acreditou no que ouviu: a crítica da rádio portuense comercial (com venda de recetores de rádio e instalações sonoras) e semicomercial (exploração de dedicatórias para aniversários e batizados até cinco escudos) e o elogio às amadoras (com defesa da cultura e da arte). A entrevista seria utilizada, logo a seguir, para a polícia política proibir Júlio Nogueira de emitir de modo definitivo. O entrevistado seguinte seria Jorge Alves (1914-1976), que trocara a Emissora Nacional pela National Broadcasting Corporation (NBC) como locutor da secção portuguesa, com salário mensal de 850 dólares, então uma pequena fortuna, seguindo-se a entrevista a recém-entrada na Emissora Nacional, Joana Campina Miguel. Na estação, entrevistador e entrevistada cruzaram-se apenas durante quatro meses, mas isso serviu para se apaixonarem, casarem e rumarem ao Huambo (Angola) em 1949, depois do despedimento dela por razões políticas. Em 1950, já separados, tomaram rumos distintos de vida, ela mantendo-se na rádio do Huambo e ele em direção ao Congo, como locutor e chefe da secção portuguesa da rádio da então colónia belga.

Fernando Curado Ribeiro entrevistaria ainda Rui Ferrão, José Fernandes e Álvaro de Andrade. O segundo dos entrevistados receberia uma medalha olímpica de 1940 da Alemanha já nazi, a mostrar simpatias políticas específicas. Já Álvaro de Andrade seria apresentado como dirigente de jornal da rádio, realizador de anuário radiofónico, antigo adjunto da repartição dos serviços de produção da Emissora Nacional, delegado de Rádio Clube de Moçambique e ex-chefe de redação de *Rádio Semanal*. Apesar de não assinadas, Fernando Curado Ribeiro teria ainda entrevistado Artur Agostinho e Maria Leonor (Magro).

No final de 1944, Fernando Curado Ribeiro passou a colaborar com Rádio Clube Português, a significar que a passagem por *Vida Mundial Ilustrada* se deu quase no intervalo entre o emprego na Emissora Nacional e em Rádio Clube Português, além da interpretação em diversos filmes. A página de rádio serviria igualmente para preparar ideias para livros seus sobre rádio. Depois de cessar a colaboração dele, a secção de rádio na revista perdeu importância e desapareceu.

Publicidade

A revista publicitou recetores e emissões internacionais de rádio. Vários aparelhos anunciavam-se como recetores de ondas médias e curtas, e reprodução auto-

mática de discos, com "produção do após-guerra, englobando por isso as mais recentes inovações da técnica" e indicação de ser "um recetor de dimensões normais com caixa de madeira finamente polida e bem acabada, apto a satisfazer as maiores exigências" (24 de dezembro de 1945). Ou ainda: "A música e a palavra são ouvidas com perfeição absoluta. Recetor destinado aos ouvintes de sentido e gosto apurados" (mesma data). Também discos e gira-discos seriam publicitados, em especial cursos de línguas.

Num dos anúncios da Philips, à imagem do recetor juntava-se a fotografia do locutor brasileiro Luiz Gonzaga, que trabalhara na secretaria de Finanças do Estado do Rio de Janeiro e no Ministério da Agricultura antes de ir para a rádio americana de Shenectady WGEA, como locutor de noticiários e de programas. O anúncio dizia: "Oiça América! Oiça os noticiários em português, mas oiça-os bem, servindo-se de um Philips 1941" (maio de 1941). Isto é, a estação caucionava a qualidade do recetor e este recomendava a escuta da estação. Noutro anúncio, Lana Turner (1921-1995), conhecida pelo filme *O Carteiro Toca Sempre Duas Vezes* (1946), aparecia como madrinha de um recetor (fevereiro de 1946).

Quanto a publicidade das estações, no primeiro número houve referências à BBC (identificada como "A Voz de Londres Fala e o Mundo Acredita") e Voz da América, a indicar apoio dos aliados à revista. Mas, depois, apareceria publicidade às emissões alemãs e italianas em português, conquanto aquelas se publicassem em apenas duas edições. A referência às emissões do centro imperial da rádio italiana (EIAR) terminaria em 1943, quando a posição de Mussolini começava a fraquejar no interior do fascismo. As emissões, em português e compostas de noticiário e atualidades, decorriam em vários horários do dia, quase todos os dias, com destaque para o período após jantar, com duração de quinze minutos. A maioria das emissões era em ondas curtas, mas havia algumas em ondas médias e longas. As emissões italianas tinham noticiário, comunicados de guerra do quartel-general, conversação em língua portuguesa e lições da universidade radiofónica italiana.

A publicidade às emissões radiofónicas internacionais fazia-se com preocupações estéticas, mormente a da BBC, com 25 imagens distintas (desenhos ou fotografias da torre de Londres, parlamento, Big Ben, locutor Fernando Pessa, microfone ou antena de emissão). O *design* da publicidade da Voz da América também incluiu imagens reconhecidas como a estátua da Liberdade ou arranha-céus de Nova Iorque, o mesmo acontecendo com o grafismo da publicidade das emissões italianas.

Observações finais

A rádio desempenhou um papel importante no entretenimento e informação da população portuguesa durante a II Guerra Mundial, através da escuta de emissões internacionais, apesar da distorção da realidade dada pela ditadura. O peso da censura era tão grande que a Emissora Nacional reportava ocorrências dois ou mais dias depois do acontecimento, com a hierarquia política a limpar o que indiciasse insurgência. A publicidade às estações internacionais incluía frequências, comprimentos de ondas e horas de emissão, a facilitar a escuta. A revista integrou entrevistas

e reportagens aos locutores da secção portuguesa da BBC, indicador da inclinação política da revista a favor dos aliados. Fernando Pessa assumiria uma posição de quase herói, pelo destaque noticioso e pelo grafismo de um anúncio da BBC. A revista aproximou-se das posições dos aliados no decorrer da II Guerra Mundial face à hesitação inicial de apoio às ideias germanófilas.

As notícias publicadas deixariam, muitas vezes, antever a história da cultura nacional (tendências, gostos, personalidades). Interpreto as notícias isoladas e agrego-as numa história maior, quase até ao entendimento social. Os factos isolados assumiriam, ao longo do tempo e dentro de uma temática, maior representatividade, contextualização e compreensão, a ir além da distinção entre acontecimento e problemática, embora nem sempre percetível. Um exemplo: Domingos Lança Moreira, nas entrevistas, deu-nos a perceber gostos pessoais e da época, caso da música de concerto, algo que não aplicaria no percurso profissional, dedicado ao desporto. Dos trabalhos na revista, não se poderia saber da sua prática desportiva, dividida em múltiplas modalidades (basquetebol, remo, natação, atletismo, râguebi, luta livre e ténis de mesa). A análise de conteúdo, porque concentrada num tempo, não permite ir além da notícia escrita, sem a compreensão da personalidade e seu contexto.

Uma revista é um projeto coletivo, de estrutura, mas as colaborações pessoais contam muito. Seria uma espécie de fortuna: a secção de rádio na revista teve um período rico quando Fernando Curado Ribeiro ficou à sua frente, com notícias, editoriais, entrevistas e reportagens. Nem antes nem especialmente depois a rádio foi tão bem trabalhada. No caso de *Vida Mundial Ilustrada*, ela veiculou valores como cultura urbana e associou-se a modas (roupa, penteados, adereços, tipos musicais, consumos). No caso do concurso de cantores da rádio mais populares, a leitura ao longo de semanas revelou a sociedade e os seus gostos. Se, nas semanas iniciais, a liderança competiu a uma cantora, o vencedor seria Luís Piçarra (1917-1999), tenor e com formação em canto lírico, atuando em óperas e operetas, notabilizado na música ligeira, com carreira internacional nas décadas de 1940 e 1950, percurso longo face a algumas das concorrentes e cuja fama desapareceu com o tempo. O concurso agregar-se-ia a outra razão: lançado em época de revitalização política interna, com a criação de estruturas democráticas (MUNAF e MUD), a votação dos ouvintes e leitores da revista nos cantores simularia a vontade de cada cidadão votar nas eleições previstas.

Sobre a secção de rádio, a informação no seu conjunto foi mais sobre personalidades do que de acontecimentos. Ainda longe do aparecimento da televisão, o reconhecimento de locutores e artistas da rádio deu-se pela mediatização na revista, incluindo pormenores considerados íntimos dos agentes culturais, como escrever que Fernando Curado Ribeiro estava sem namorada, a provocar paixões e esperanças junto de fãs, em especial porque, no mesmo momento, ele aparecia em filmes no papel de galã. Vivia-se na dita idade dourada do cinema português, com filmes como os interpretados por Curado Ribeiro. A música, através da rádio, e o cinema fariam sonhar de novo as populações após o pesadelo da II Guerra Mundial. A rádio conheceria um grande desenvolvimento, primeiro com a estação de propriedade do Estado e a veicular as suas posições de ditadura e censura, depois com as estações privadas a contribuírem para o entretenimento de massas.

Referências bibliográficas

Alho, A. A. (2010). *A República em Setúbal. A Revolução Chegou de Véspera*. Porto: Quidnovi.

Cardoso, C. (2015). *A Newsmagazine em Portugal: 70 Anos até à Consolidação do Conceito* (Tese de doutoramento, Universidade Nova de Lisboa, Portugal). Disponível em https://run.unl.pt/handle/10362/20009

Correia, F., & Baptista, C. (2007). *Jornalistas: do Ofício à Profissão*. Lisboa: Caminho.

Eliade, M. (2008). *Diário Português*. Lisboa: Guerra e Paz.

Fernandes, M. (2011). *A dicotomia do Jornalismo Desportivo em Portugal: Futebol Versus Modalidades* (Dissertação de mestrado, Universidade do Porto, Portugal). Disponível em https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/67071/2/28092.pdf

Ferreira, D. (2019). As Consequências Políticas do Pós-Guerra em Setúbal: da "Monarquia do Norte" à Evolução Eleitoral (1919-1922). In A. P. Pires, A. P. Duarte e T. Nunes (Coords.), *Despojos de Guerra: as Consequências e Sequelas da Primeira Guerra Mundial*. Lisboa: Cadernos Instituto da Defesa Nacional.

França, J.A. (2014). *O "Ano XX". Lisboa 1946. Estudo de Factos Socioculturais*. Lisboa: Imprensa Nacional Casa da Moeda.

Molotch, H., & Lester, M. (1992). As Notícias como Procedimento Intencional: Acerca do Uso Estratégico de Acontecimentos de Rotina, Acidentes e Escândalos. In N. Traquina (Org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e Estórias*. Lisboa: Vega.

Ponte, C. (2004). *Leituras das Notícias. Contributos para uma Análise do Discurso Jornalístico*. Lisboa: Livros Horizonte e CIMJ.

Ribeiro, S. A. (2008). *Infografia de Imprensa. História e Análise Ibérica Comparada*. Coimbra: MinervaCoimbra.

Sousa, J. P. (2002). *Fotojornalismo. Uma Introdução à História, às Técnicas e à Linguagem da Fotografia na Imprensa.* http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-fotojornalismo.pdf

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

Traquina, N. (2000). *O Poder do Jornalismo: Análise e Textos da Teoria do Agendamento*. Coimbra: MinervaCoimbra.

Arquivos

Arquivo Nacional Torre do Tombo
Hemeroteca Digital da Câmara Municipal de Lisboa
RTP

Nota biográfica

Rogério Santos é licenciado em História e mestre e doutor em Ciências da Comunicação. Os dois últimos graus foram obtidos com teses orientadas pelo professor Nelson Traquina. Foi professor associado e coordenador da área científica de Ciências da Comunicação na Universidade Católica Portuguesa. Tem publicado livros sobre história da rádio e das telecomunicações, jornalismo e media.

CIÊNCIA ID: 3E1A-050C-0FED

Email: rogerio.santos@netcabo.pt
Morada institucional: Universidade Católica Portuguesa, Faculdade de Ciências Humanas. Investigador do Centro de Estudos de Comunicação e Cultura - CECC: Palma de Cima, 1649-023 Lisboa, Portugal

Financiamento e Agradecimento

Este trabalho é financiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto PTDC/COM-JOR/28144/2017 – *Para uma História do Jornalismo em Portugal*.

Agradeço a Gonçalo Pereira Rosa o ter chamado a atenção para a riqueza de informação sobre a rádio publicada na revista. Obrigado ainda ao mesmo investigador por dar a conhecer documentos existentes no Arquivo Nacional da Torre do Tombo acerca da revista. A totalidade desta está disponível em http://hemerotecadigital.cm-lisboa.pt/Periodicos/VidaMundial/VidaMundial.htm.

*Submetido | Received: 2020.01.07
*Aceite | Accepted: 2020.05.13

A televisão no Portugal pós-revolucionário: instrumentalização, desregulação, demissão do Estado e debilitação do sector dos media

Television in post-revolutionary Portugal: instrumentalization, deregulation, resignation of the State and weakening of the media sector

https://doi.org/10.14195/2183-5462_37_7

Francisco Rui Cádima
Universidade NOVA de Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas
Instituto de Comunicação da NOVA – ICNOVA
frcadima@fcsh.unl.pt

Resumo

Este estudo integra uma caracterização histórico-política do período de emergência do bloco conservador-liberal da Aliança Democrática (1979-1983) e uma abordagem da informação e da programação televisiva, com particular destaque para o início dos anos 80, com o serviço público de televisão na dependência de uma maioria política. Esta análise histórica do período da abertura da televisão à iniciativa privada aborda ainda a questão da televisão da Igreja, que marca também a década; a questão do Estado na sua relação com a televisão e o espectro radioeléctrico enquanto instrumentos do sistema político-partidário e de governo; o enquadramento do "cavaquismo" na sua relação com a TV; e finalmente, em contexto conclusivo, uma abordagem da emergência da TV privada em Portugal e das suas consequências, neste caso à luz dos estudos de Nelson Traquina referidos na bibliografia, procurando reequacionar a conhecimento sobre o período e o respectivo estado da arte.

Palavras-chave

televisão; pós-revolução; democracia; regulação; liberalização

Abstract

This study integrates a historical-political characterization of the emergence of the Portuguese conservative-liberal bloc "Aliança Democrática" (1979-1983) with an analysis of the news and television programming, emphasizing the early 1980s and the television public service's dependence on a political majority. This historical analysis of the opening of the Television to the private sector, also addresses the question of the Catholic Church's channel, which also marks the decade, as well as the issue of the relationship of the State with the television sector and the radio spectrum as instruments of the political party system and government, the framework of the "cavaquismo" period in its relationship with TV, and finally, in a

conclusive mode, an approach to the emergence of private TV in Portugal and its consequences, in this case in the light of the studies by Nelson Traquina referred to in the bibliography, seeking to revisit the knowledge about the period and the respective state of the art.

Keywords
television; post-revolution; democracy; regulation; liberalization

Introdução

A primeira fase de consolidação do regime democrático no Portugal pós-revolucionário inicia-se, justamente, no início dos anos 80 com a emergência da Aliança Democrática (AD), após a conquista de uma maioria absoluta pelo líder do PPD-PSD, Francisco Sá Carneiro, que governará enquanto primeiro-ministro num curto período, apenas ao longo do ano de 1980. A progressiva normalização democrática e a institucionalização do regime, logo após o período de governos de iniciativa presidencial ao tempo de Ramalho Eanes, deixava crer que o sistema de *media* ganharia progressivamente a sua estabilidade, quer do ponto de vista regulatório e político-administrativo, quer do ponto de vista da indústria dos *media*, do pluralismo e da pluralidade de mercado.

Ora, enquanto a ideia de consolidação do novo regime democrático ganhava alguma consistência e a sua própria legitimidade política, ao mesmo tempo iam crescendo os exemplos do forte viés que o regime criava no sector da comunicação social, dificultando a afirmação do pluralismo no campo mediático. Ir-se-ia assistir, portanto, a uma década fortemente marcada pela instrumentalização dos *media*, quer no período da AD, quer no período que ficou conhecido como do "bloco central", liderado por Mário Soares (PS), tendo Mota Pinto (PSD) como seu vice-primeiro-ministro, entre 1983 e 1985. Depois disso, após Novembro de 1985, o mesmo sucederá ao longo das duas legislaturas do PSD e de Cavaco Silva, que vieram a perpetuar um modelo de controlo dos *media* ao longo de uma década.

Uma breve caracterização histórico-cultural e política deste período, em Portugal, e em particular no que diz respeito ao sector dos *media* e às questões de âmbito regulatório, político e discursivo, remete-nos, portanto, para o problema específico da televisão, que estará no centro das atenções do sistema político-partidário. Temos assim, desde início, uma luta política intensa em torno do controlo da RTP enquanto monopólio de Estado e único operador televisivo à época. No final dos anos 70, o serviço público de televisão em Portugal enquadra-se plenamente no paradigma emergente, em transição de um modelo "pedagógico" para um modelo "revolucionário" (Rezola, 2014, p. 24). Neste âmbito, como dizia Mário Mesquita, os conteúdos da televisão pública evidenciavam, em particular, toda uma área marxista muito focada na "ideologia e na propaganda política" (Mesquita, 1993, p. 361). Num segundo tempo, já em fase de consolidação do processo democrático, podemos destacar a tentativa da Igreja e do Patriarcado de Lisboa de obterem o direito às emissões televisivas, tal como acontecia já no domínio da Rádio. Por fim, abordaremos as questões que envolveram o contexto regulatório da televisão e toda a discussão pública e política que irá conduzir, na década seguinte, à liberalização da lei da TV e ao aparecimento dos canais privados em Portugal.

A inflexão conservadora-liberal

Importa referir, em bom rigor, que o regime "revolucionário-constitucional" só se extingue verdadeiramente em 1982, com a revisão constitucional promulgada a 30 de Setembro. Esta vem retirar ao Conselho da Revolução os poderes que até então ainda lhe garantiam uma prerrogativa sobre o poder político, que aliás não viria a ter grande significado no período entre a vitória da AD, nos finais de 1979, e a própria revisão da Constituição em 1982. O governo da AD, liderado por Francisco Sá Carneiro, acabaria por atuar numa lógica de inflexão do sistema político-partidário, ambicionando a conquista do Estado e a reforma do regime segundo o modelo frequentemente definido pelos sociais-democratas de "um Governo, um Presidente, uma Assembleia", e, de certo modo, prevendo também uma transformação radical do sistema económico-social que a "revolução dos cravos" havia inspirado.

No que concerne à relação entre a comunicação social e o sistema político-partidário, temos muito claros, logo no início da década de 80, os primeiros sinais de que o bloco conservador-liberal da Aliança Democrática sabia ao que vinha no campo dos *media*. É Vítor Cunha Rego, politicamente próximo da AD, quem abre as hostilidades já na qualidade de presidente da RTP que exercerá ao longo desse primeiro ano da década. A RTP, na sua perspectiva, deveria ser, necessariamente, um aparelho ideológico do Estado, não podendo escapar a esse vínculo e, por assim dizer, ao papel de transmissor do discurso do poder (Rego, 2018). Proença de Carvalho, que lhe sucederá – e que havia sido já o "ministro da propaganda" de Mota Pinto –, vai seguir à risca o mesmíssimo princípio político, para ele era impossível uma televisão do estado independente do poder político. Proença de Carvalho ficaria sobretudo conhecido como o "coveiro" de um projeto jornalístico absolutamente distinto e histórico da RTP – o Informação/2. Este havia sido um projeto marcante na história da RTP, vinha do tempo de João Soares Louro e de Fernando Lopes, mas Proença de Carvalho encarregar-se-á de esvaziar progressivamente este Informação/2, telejornal que aliás seria considerado o projeto mais conseguido ao longo de toda a história da RTP em termos de jornalismo televisivo. A própria programação, sobretudo a mais específica da missão de serviço público da RTP, não sairia incólume, isto é, não teria sido por acaso que foi ele, Proença de Carvalho, o escolhido para "desgonçalvizar" a informação e "controlar politicamente" aquilo que considerava ser uma "redacção vermelha" na RTP (Almeida, 2017, 10 de Setembro).

Na área dos *media*, como então sugeriam Agee e Traquina (s/d: 27) "uma recapitulação sintética da história do pós-25 de Abril mostra uma sucessão de governos de diferentes tonalidades políticas: todos eles estabeleceram a mesma relação hierárquica e unívoca com os meios de comunicação social". Mas, vendo à época, mais em particular, a especificidade da questão televisiva, e de acordo com a perspectiva do historiador António Reis, "o controlo da televisão pública e dos postos-chave do aparelho de Estado e do sector público empresarial contribuía igualmente para reduzir a margem de manobra da oposição, obrigada a centrar o seu discurso na mera denúncia da tentação totalitária" (Reis, 1993, p. 81). O quadro jurídico permitia também a continuação da televisão sob a alçada governamental. A Lei da Televisão 75/79, de 29 de Novembro de 1979, e o estatuto da empresa (Decreto-Lei nº 321/80), de 22 de Agosto, mantinham o modelo de governamentalização da RTP (Carvalho,

2009, p. 273). Repare-se que cinco dos seis membros do Conselho de Gestão eram nomeados pelo governo e o sexto era nomeado pelos trabalhadores.

A morte de Sá Carneiro, no final de 1980, lança a AD numa crise profunda, o que dará origem ao governo do Bloco Central e a um acordo de regime entre os partidos da maioria, tendo por objectivo o fim da tutela militar na esfera política portuguesa. A verdade é que este período de transição democrática – não já "para o socialismo", como era norma referir nos pós-25 de Abril, corresponde agora ao final desse desígnio revolucionário que progressivamente se vai esbatendo nos primeiros anos da década, apesar da instabilidade e incipiente institucionalização do regime constitucional de então.

No que se refere do sistema de *media*, foi muito clara a tendência para uma progressiva instrumentalização e um controlo da RTP, modelo que aliás passa a ser enunciado segundo princípios ideológicos, como se o novo sistema político-partidário procurasse uma nova legitimação no contexto da institucionalização e normalização do regime.

Por outro lado, fazendo jus ao modelo político e mediático do próprio bloco conservador-liberal, emergem, em paralelo, a questão da fragmentação do sistema televisivo e das novas tecnologias de distribuição de sinal, e, fundamentalmente, a liberalização da Lei da Televisão, a par da necessidade da entrada de novos canais de televisão no sistema de *media* nacional onde pontuava ainda o monopólio da RTP. De facto, a paisagem mediática estava em grande mudança na Europa com a emergência do cabo e do satélite, e em Portugal num contexto já de candidatura do país à Comunidade europeia – no nosso caso tratava-se, afinal, de uma das últimas democracias europeias a manter o sistema de monopólio televisivo no audiovisual –, serão os próprios socialistas a aderirem progressivamente à causa da liberalização da lei da TV, iniciada pelos conservadores, tal como Mário Mesquita (1993) referiu. Mesquita invocava nomeadamente o pensamento jurídico de Adelino Amaro da Costa, que considerou que a própria Constituição não impediria soluções diversas, como, por exemplo, a subconcessão, ou outro tipo de colaborações em períodos de programação específicos, por exemplo. Ou, eventualmente, ainda, permitiria uma declinação do modelo público através de um novo canal destinado à educação (Carvalho, 2009, p. 69), tese aliás defendida pelo próprio ministro da educação Fraústo da Silva em 1981.

A questão da televisão da Igreja não seria estranha a todo este movimento. Verificada a dificuldade do sistema político em encontrar uma solução rápida para a modernização do país nesta matéria, seriam as entidades confessionais a tentá-lo, de forma, aliás, muito insistente e persistente. Em relação a este ponto em concreto – o caso da televisão da Igreja em Portugal no pós-25 de Abril, desenvolvemos um estudo aprofundado (Cádima, 2013), onde concluímos que, de facto, este tema, e a concessão posterior de um canal de TV à Igreja Católica portuguesa foi, de facto, mais uma originalidade portuguesa. Pode dizer-se neste caso, com toda a propriedade, que o Estado português quis ser mais papista que o Papa, emergindo aqui claramente uma questão político-religiosa, não sob o ponto de vista de uma crise ou de um conflito entre o Estado e a Igreja, mas uma discriminação entre o Estado e a sociedade em geral, beneficiando aqui claramente uma entidade, confessional no caso, em desfavor de outras, religiosas ou laicas. Houve, portanto, neste caso, uma proximidade demasiado perigosa do sistema político relativamente à Igreja Católica. Tal como referimos então, "ao longo de toda a história da TVI/Quatro, parece ser sobre-

tudo evidente uma cumplicidade jurídico-política do Estado e do sistema político para com os objectivos mediáticos da Igreja Católica portuguesa" (Cádima, 2013, p. 136).

Para Warren Agee e Nelson Traquina, agora no contexto da análise da autonomia do campo jornalístico face ao poder político, a RTP foi, afinal, "um caso exemplar da condição 'frustrada' do Quarto Poder português" (s/d: 109). Quer no domínio da informação, com crescentes obstáculos à actividade dos conselhos de redação da RTP, quer no que se refere à programação do serviço público de televisão, Proença de Carvalho, enquanto presidente da RTP (1981-83) assumirá então, como vimos, a continuação do "desígnio" invocado por Cunha Rego. Ficou famoso o seu pensamento nesta matéria em entrevista dada ao Expresso (17/4/1982): "Quando os constituintes decidiram da exclusividade das actividades de televisão por parte do Estado entendiam que o Estado devia controlar a televisão, e por isso não há que pensar numa RTP independente do Estado".

Curiosamente, na área socialista, havia quem se orientava pela mesma estratégia. João Tito de Morais, membro da CA da RTP (1984-85), referiria algo semelhante: "(…) As administrações deverão reflectir a mudança qualitativa que os resultados eleitorais expressam" (Agee e Traquina, s/d: 109-110). Os autores descrevem bem este período nesta sua obra: a confirmação da falta de independência e autonomia da TV pública, bem como das pressões governamentais e, inclusive, da administração, sobretudo na área da informação da RTP, viriam a ser comprovadas por uma comissão parlamentar de inquérito em Julho de 1985. Estávamos em vésperas das eleições de Outubro de 1985 e Cavaco Silva, líder emergente do PSD, acusava o governo do "bloco central", em plena campanha para as legislativas, de instrumentalizar a RTP. Logo que assume o poder, Cavaco demite a administração de Palma Carlos. O novo governo social-democrata fará depois uma primeira tentativa de alteração da Lei da Televisão, no sentido de possibilitar a concessão de um canal à Igreja, mas tal não viria a ser aprovado durante a curta duração do governo.

Tratou-se, de um modo geral, de mais um período negro na história da RTP, com vários episódios mais em destaque: Cunha Rego, para além de ficar conhecido pela sua defesa da RTP enquanto "aparelho ideológico do Estado", foi também "censor" do Ano Camões: em plenas comemorações do IV centenário da morte de Camões, a 6 de Junho de 1980, Vítor Cunha Rego, nessa mesma qualidade de presidente do Conselho de Administração da RTP, dirige-se através da RTP ao país numa intervenção televisiva para justificar o injustificável – a censura televisiva ao Ano Camões, considerando que existia "um sistema de produção de filmes alheio aos interesses desta casa", e daí o cancelamento de outras produções previstas no âmbito das comemorações na RTP. Mas outros episódios de tipo censório e persecutório ocorreram nesse período, para além da orientação geral da informação sob controlo e avessa ao pluralismo político-partidário; o impedimento da participação do Partido Comunista no programa Face a Face, o não tratamento do período eleitoral, a humilhação da candidatura de Ramalho Eanes à Presidência (Cunha Rego havia saído da RTP para a Comissão de Honra de Soares Carneiro), a perseguição às cooperativas de produção (Cinequipa, Cinequanon, Centro Português de Cinema, Arca-Filmes e outras), que entretanto perdiam os seus contratos com a RTP no início da década, deixando toda a produção independente em Portugal numa situação de extrema precariedade e os melhores profissionais de cinema e televisão praticamente sem

trabalho. A própria crítica televisiva tomava posição pública por ocasião dos 25 anos da RTP (7/3/1982), tendo todos os críticos de televisão à época, dos diferentes quadrantes, onde se contavam, por exemplo, Mário Castrim (Diário de Lisboa), Jorge Leitão Ramos (Expresso), Orlando Neves (Diário de Notícias), Penha Coutinho (O Dia), Correia da Fonseca (Diário), e o próprio autor deste artigo (Portugal Hoje) publicado um comunicado conjunto onde alertavam a opinião pública nomeadamente para a "infração permanente a regras elementares de deontologia (...), falta de isenção e objectividade" da informação; e para a ausência dos "valores da cultura portuguesa" e a "banalidade da programação" subordinada a "obscuros interesses comerciais" na RTP. Era, pois, por de mais evidente, no início dos anos 80, que o serviço público de televisão estava ao serviço da maioria política emergente.

A era da concorrência

A indefinição do sistema político-partidário após o fim da AD e a bipolarização ao centro, entre os actores políticos principais do Bloco Central na primeira metade dos anos 80, iria portanto conduzir à maioria absoluta do social-democrata Cavaco Silva, que assim reactivava a maioria de centro-direita da própria AD. Regressava também o modelo do aparelho ideológico de controlo dos *media* e em particular da televisão com o domínio dos tempos da informação televisiva quer pelo partido que suportava o governo (PSD), quer pelo próprio governo (Cádima, 2010).

Ora, é precisamente num contexto um tanto paradoxal de controlo político da informação televisiva, por um lado, e de controlo "comercial" absoluto da programação do serviço público, que o governo de Cavaco Silva anuncia finalmente a abertura da televisão à iniciativa privada. Na prática, tratava-se de uma abertura legislativa com algum impudor de permeio, uma vez que o monopólio incumbente adoptava uma estratégia de "armadilhamento" do terreno no plano da programação televisiva criando de imediato barreiras à entrada, quer através dos exclusivos com a Globo, quer por via da aquisição excessiva de catálogos de programas nos mercados internacionais. Por outro lado, a RTP reforçava esta estratégia de antecipação da concorrência com a redefinição do modelo de programação da RTP2, que surgia agora de forma complementar à RTP1, libertando o primeiro canal para um descomprometimento com a missão de serviço público que lhe era inerente e para a guerra de audiências que estava próxima.

Este foi, à altura, um facto de ampla discussão e de crítica pública nos *media*, designadamente por parte dos oponentes ao concurso para os novos canais, que depois viria a ser atribuído a dois dos três projectos concorrentes, como se sabe. De um lado, a SIC, que iniciaria as emissões a 6 de Outubro de 1992, projecto do ex-primeiro ministro Francisco Pinto Balsemão e, com início a 20 de Fevereiro de 1993, a TVI/Quatro, liderada pelo ex-ministro da Educação, Roberto Carneiro, com participação maioritária de organismos da Igreja Católica portuguesa. Pelo caminho ficava o projecto TV1 - Rede Independente, S.A., liderado pelo ex-presidente da RTP, Proença de Carvalho, projecto ligado ao grupo empresarial que detinha o jornal Correio da Manhã (Presselivre). Ficava então definitivamente fechado o longo ciclo do monopólio do Estado na televisão com a assinatura do contrato de concessão do serviço

público de televisão, entre a RTP e o governo liderado por Cavaco Silva, em Março de 1993. Através deste documento, com base na Lei da Televisão de Setembro de 1990, o Estado pretendia garantir e responsabilizar o serviço público de televisão, por um lado, pelo cumprimento da sua missão, designadamente nos planos da informação e da programação, e, por outro, garantindo as respectivas indemnizações compensatórias à concessionária.

E tal como Nelson Traquina escrevia, após a liberalização da lei da televisão em Portugal: "There has been a considerable time lag in the development and implementation of media policy, a lack of coherence in the policy, and poor execution of the policy. In the case of Portugal, the lack of coherency in the objectives of policy under the Social-Democratic government (1985-1995) obscures another, more important, objective government control of the audiovisual sector" (Traquina, 1998, p.34). De facto, verificou-se uma certa displicência política e legislativa nesta matéria – e com a sua notória gravidade, como se viria a verificar posteriormente ao longo das décadas seguintes – por parte do governo de então. A primeira grande dificuldade, liminarmente colocada de parte pelo sistema político e de governo, dizia respeito à insuficiência do mercado da publicidade para suportar três operadores televisivos em concorrência, ao que se teria de juntar ainda o sector da rádio e da imprensa. Tal como foi discutido à época, para muitos observadores – e mesmo operadores do sector –, era evidente que não deveria haver mercado publicitário bastante em Portugal para um sistema de *media* em que entrassem de uma vez dois novos operadores de televisão com os respectivos canais comerciais generalistas. Acrescia que as condições do concurso eram extremamente benévolas para os novos entrantes, ou seja, o governo, numa área de tão elevado impacto público, económico e societal, nem sequer impunha cadernos de encargos aos novos operadores. Como bem observou Nelson Traquina, "É precisamente na questão dos 'cadernos de encargos' que é possível encontrar uma das maiores brechas no edifício jurídico da paisagem audiovisual portuguesa" (1997, p.51).

Um dos principais nomes do jornalismo em Portugal no pós-25 de Abril, Vicente Jorge Silva, enunciou de forma muito clara a essência da questão, quando se referiu à "forma irresponsável e aventureira como se procedeu, num Governo chefiado por Cavaco Silva, ao licenciamento de dois canais televisivos privados" (Silva, 2006, 29 de Março). Para o antigo director do *Expresso* e também fundador do *Público*, esta decisão "provocou a desregulação selvagem da paisagem audiovisual portuguesa". Mas não só a paisagem audiovisual… Todo o sistema de *media* viria a sofrer gravemente com o impacto desta decisão. Vicente Jorge Silva referia ainda algo que nos parece de primordial importância na análise retrospectiva que merece ser feita de todo este período. É que da "concorrência feroz" a que então se passa a assistir resulta não somente uma degradação da qualidade da oferta televisiva em geral, "numa espiral incontrolável de vulgaridade", como também viria a própria imprensa "(não apenas a chamada 'popular', mas também a dita de 'referência'), empurrando-a para uma sintonia, até por motivos de sobrevivência comercial, com o nivelamento por baixo do 'modelo televisivo'" (Silva, 2006, 29 de Março). Outra era a questão dos mimetismos e as estratégias de contra-programação muito 'igualizadas' entre público e privado, como referia o crítico João Lopes: "rapidamente a nova oferta instalou uma sensação de repetição, primeiro, desilusão, depois, repulsa, às vezes" (1995, p. 11).

Em matéria de degradação da informação as críticas e a avaliação negativa vinham, inclusivamente, do interior da RTP e de alguns dos próprios jornalistas do serviço público. Foi o caso de José Manuel Barata-Feyo, que considerava que o "telelixo informativo, o mais nocivo de todos, chegou a Portugal pela mão da RTP e dos seus Telejornais, em meados de 1991" (2002, p. 157). Para Barata-Feyo algo de substantivo teria acontecido no serviço público nesta fase de transição para a concorrência, e essa teria sido uma mutação para opções de tipo comercial na esfera editorial da informação: "Em 1993, tive oportunidade de ver aplicar, na RTP o novo critério editorial vigente: 'isto vende ou isto não vende?'" (Barata-Feyo, 2002, p.29). Ou de antigos jornalistas agora a trabalhar na TV comercial, como foi o caso de António Prata: "(…) optaram por manter a RTP numa rota indefinida, que cada um vai adaptando à vontade dos poderes e dos interesses de ocasião" (Prata, 2017, 14 de Fevereiro).

A evolução da concorrência televisiva virá a ser muito negativa para a RTP. De facto, o serviço público não consegue competir nesse espaço errado onde pretendia posicionar-se de um ponto de vista comercial. A SIC, por seu lado, rapidamente ganha o exclusivo das novelas com a Globo e esse factor vai ser decisivo para que o canal liderado por Pinto Balsemão passe a líder absoluto de audiência em Portugal a partir de 1995. Era da área política que vinha então a expressão mais crítica deste quadro de degradação progressiva da RTP. A afirmação era de Alberto Arons de Carvalho, deputado da oposição à altura: "Será só a lei a culpada do pesado e insustentável silêncio da AACS sobre a forma como os dois canais da RTP desrespeitam o contrato de concessão do serviço público de televisão e fazem concorrência desleal aos canais privados?" (Carvalho, 1994, 15 de Março).

Nelson Traquina tinha assim razão quando reconhecia que a política social-democrata de "desregulação selvagem" (Traquina, 1997, p. 51; Traquina, 1998, p. 35) acabou por ter consequências inevitáveis nessa batalha praticamente sem limites pelas audiências na televisão portuguesa da era da concorrência. O que, inevitavelmente, viria a retirar capacidade ao serviço público para manter a sua missão, e sobretudo para defender a qualidade e a diversidade na sua programação, reenviando-o para a luta pelo mercado. Mais a mais com a agravante de lhe ser retirada a taxa televisiva e a rede de emissão – recorde-se a alienação da rede à Portugal Telecom por valores que se veio a verificar serem altamente penalizadores para o serviço público, passando este a ter de alugar à PT a mesma operação que era a sua. Toda esta desregulação originaria, já no final de 1995, aquando do termo da gover-nação social-democrata, uma situação extremamente crítica para o serviço público de rádio e televisão, mergulhado agora numa "tremenda dívida económica e numa profunda crise de identidade" (Traquina, 1998, p. 36).

Conclusão

O "quarto equívoco" (Mesquita, 2003) ou o "quarto poder frustrado" (Agee e Traquina, s/d) são designações utilizadas, portanto, por Mário Mesquita e por Nelson Traquina e Warren Agee nas suas obras em referência, para procurar definir de forma assertiva e sintética toda uma história complexa do período revolucionário e pós-revolucionário em Portugal após o 25 de Abril. É um facto que a instrumentalização e

as relações do sistema político com o sistema de *media* em Portugal ao longo desse período foram, por assim dizer, "assintomáticas", isto é, integravam o "vírus" deste sistema de facilitações mútuas e sobretudo de controlo ou "sequestro" dos *media* pelo sistema político, sem que esse conúbio fosse em boa parte das vezes detectado pela opinião pública, ou denunciado pelos próprios agentes no terreno (Chaves, 2003, 25 de Abril), os próprios responsáveis editoriais dos meios de comunicação à época, envolvidos nas lutas político-partidárias e no controlo das redações.

Por outro lado, no plano legal e jurídico-administrativo, a continuada intervenção do Estado neste processo de desregulação conduziria a uma rápida desagregação sectorial transformando os principais *media* e grupos de comunicação em empresas regularmente deficitárias, acumulando os principais meios tradicionais do sector, nos primeiros anos do novo século – e após a década de ouro dos anos 90, em matéria de investimento publicitário – uma dívida superior a mil milhões de euros. Nada de substancialmente diferente se alterou desde então, tendo-se agravado o quadro geral da comunicação social em Portugal, nomeadamente no sector da imprensa, em resultado da complexa situação entretanto surgida com a Internet e a migração dos *media* para o digital.

Se é um facto que a bolha "dotcom", no final dos anos 90, teve já os seus impactos no contexto do mercado português da comunicação social, tendo levado à falência as primeiras experiências de portais de grupos de comunicação em Portugal, a verdade é que a debilidade do sector dos *media* começa, paradoxalmente, na década de maior investimento publicitário no pós-25 de Abril (anos 90) e portanto, antes ainda dos primeiros efeitos da era digital neste negócio, que depois se foi consolidando, embora com diversíssimas fragilidades, mais para o final na primeira década deste novo século.

Da demissão do Estado e da "desregulação selvagem" de que falava Nelson Traquina ainda hoje se sentem os impactos. E, muito provavelmente, se irão continuar a sentir, pelo menos enquanto o digital – e o seu potencial tecnológico auto-regulatório e de desintermediação – não vier anular por completo os erros, manipulações e enviesamentos criados pelo sistema político-partidário português designadamente nos anos 80 e 90. Dir-se-ia que o sector dos *media* em Portugal nunca mais recuperou dos vários ciclos desse conúbio e da regular gestão político-partidária e de interesses que foram sendo habituais ao longo de décadas após o 25 de Abril. As consequências mais visíveis de tudo isso verificam-se hoje, de modo, aliás, bastante crítico, muito em particular no plano da precariedade do campo jornalístico, que é justamente o ponto mais sensível no que diz respeito quer à defesa do sistema democrático, quer à consolidação do princípio constitucional da liberdade de imprensa e da independência dos órgãos de comunicação social perante o poder político e o poder económico.

Referências bibliográficas

Agee, W. K., e Traquina, N. (s/d). *O Quarto Poder Frustrado. Os meios de comunicação social no Portugal pós-revolucionário*. Lisboa: Vega.

Almeida, N. R. (2017, 10 de setembro). Proença de Carvalho. Um homem de sorriso de aço. *Sol online*. Disponível em https://sol.sapo.pt/artigo/579860/proenca-de-carvalho-um-homem--de-sorriso-de-aco-

Barata-Feyo, J. M. (2002). *RTP: O Fim Anunciado*. Lisboa: Oficina do Livro.
Braumann. P. J., e Cádima, F. R. (1990). Televisão - Oásis ou miragem. *Marketing & Publicidade*, 40, 32-37.
Cádima, F. R. (2013). A questão da Televisão da Igreja em Portugal: do laicismo às cumplicidades jurídico-políticas do Estado. In F. R. Cádima, *História, Média, Poder* (pp.131-221). Lisboa: Media XXI.
—— (2010). Media e Democracia em Portugal. *Verso e Reverso*, *24*(55), 11-17. doi: 10.4013/ver.2010.24.55.02
—— (2002). A Comunicação Social em Portugal no Século XX - Fragmentos para a História de um Servidor de dois Amos. In F. Pernes (Coord.), *Panorama da Cultura Portuguesa* (pp. 179-207). Porto: Afrontamento e Fundação de Serralves.
Carvalho, A. A. (1994, 15 de março). Uma Alta Autoridade para Quê?. *Público*, p. 14.
—— (2009). *A RTP e o Serviço Público de Televisão*. Coimbra: Almedina.
Chaves, A. R. (2003, 25 de abril). Jornalistas sem direito à palavra (Carta a um cidadão democraticamente amordaçado). Incensuráveis. Disponível em
https://sites.google.com/site/incensuraveis/jornalistas-sem-direito-a-palavra-carta-a-um-cidadao-democraticamente-amordacado
Lopes, J. (1995). *Teleditadura – Diário de um Telespectador*. Lisboa: Quetzal Editores.
Mesquita, M. (2003). *O Quarto Equívoco - O poder dos media na sociedade contemporânea*. Coimbra: Minerva.
—— (1993). Os Meios de Comunicação Social. In Reis, A. (Coord.), Portugal – *20 Anos de Democracia*. Lisboa: Círculo de Leitores.
Prata A. (2017, 14 de fevereiro). TV privada, TV pública: 25 anos de enganos. *TVI24 online*. Disponível em https://tvi24.iol.pt/opiniao/televisao/antonio-prata-tv-privada-tv-publica-25--anos-de-enganos
Rego, V. C. (2018). *Na Prática a Teoria é Outra. Escritos 1957-99*. Lisboa: D. Quixote.
Reis, A. (1993). O Poder Central. In A. Reis, *20 Anos de Democracia*. Lisboa: Círculo de Leitores.
Rezola, M. I., e Gomes, P. M. (2014). *A revolução nos média*. Lisboa: Tinta da China.
Silva, V. J. (2006, 29 de março). Ordem e desordem jornalística. *Diário de Notícias*. Disponível em https://www.dn.pt/arquivo/2006/ordem-e-desordem-jornalistica-638267.html
Traquina, N. (1995). Portuguese television: the politics of savage deregulation. *Media, Culture & Society*, *17*(2), 223–238. doi:10.1177/016344395017002004
Traquina, N. (1997). *Big Show Media. Viagem pelo mundo do audiovisual português*. Lisboa: Editorial Notícias.
Traquina, N. (1998). Western European Broadcasting, Deregulation, and Public Television: The Portuguese Experience. *Journalism & Mass Communication* Monographs, 167.

Nota: O autor escreve ao abrigo do antigo acordo ortográfico

Nota biográfica

Francisco Rui Cádima é Professor Catedrático do Departamento de Ciências da Comunicação da NOVA FCSH. Investigador Responsável do ICNOVA – Instituto de Comunicação da NOVA, é diretor da revista *Media & Jornalismo*.

Ciência ID: 231F-D7BA-F635

ORCID iD:0000-0002-5449-8831
Scopus Author ID: 57063529500
Email: frcadima@fcsh.unl.pt
Morada institucional: Universidade Nova de Lisboa, Instituto de Comunicação da NOVA, Av. de Berna, 26-C – Lisboa 069-061, Portugal

* Submetido| Received: 2020.04.24
* Aceite | Accepted: 2020.06.02

(Página deixada propositadamente em branco)

As entrevistas televisivas

Television Interviews

https://doi.org/10.14195/2183-5462_37_8

Adriano Duarte Rodrigues
Universidade NOVA de Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas
adrodrigues42@gmail.com

Resumo

As entrevistas televisivas são atividades interacionais que merecem especial atenção, porque mostram a maneira como cada um dos participantes entende o lugar que nelas ocupa de acordo com a maneira como categoriza a sua identidade, observando o modo como escolhe adotar em cada momento os comportamentos apropriados e o modo como se apropria dos recursos de que dispõe para desempenhar as tarefas que entende realizar. Mas as entrevistas televisivas mostram, antes de mais, que nas atividades interacionais que nelas realizam, as pessoas aplicam regras e obedecem a normas específicas do ambiente constituído pelo funcionamento do próprio dispositivo televisivo. É por isso uma atividade que nos revela, não só como se dá a constituição do ambiente televisivo, mas também a maneira como as pessoas nele envolvidas se apropriam das regras e das normas que regulam as interações que nele têm lugar.

Palavras-chave

ambiente mediático; categorização; entrevista televisiva; etnometodologia; norma; pressuposto

Abstract

Television interviews are interactional activities that deserve special attention, because they portray the way in which each participant understands the place that they fill in it according to the way their identity is categorized, noticing the way in which they choose to adopt adequate behaviours at any given time and how they appropriate the resources they have to perform the tasks they intend to perform. But, first and foremost, television interviews show that, in the interactional activities that take place in them, people apply certain rules and obey specific norms of the environment which is constituted by the functioning of the television device itself. Hence, it is an activity that portrays, not only how the television environment is constituted, but also the way in which the people involved in it appropriate the rules and norms that regulate the interactions that take place in it.

Keywords

media environment; categorization; television interview; intervention; norm; assumption; rule.

Introdução

As entrevistas televisivas são um género discursivo que se foi de tal modo impondo, ao longo do tempo, que acabou por se tornar uma das atividades regulares das empresas de televisão, utilizando recursos interacionais que podemos igualmente encontrar noutros géneros como, por exemplo, os telejornais, os debates e as reportagens.

O interesse do estudo das entrevistas televisivas decorre sobretudo do facto de revelarem fenómenos comunicacionais específicos dos ambientes constituídos pelo próprio dispositivo televisivo, fenómenos que teremos a oportunidade de ir descobrindo ao longo deste estudo.

Apesar de ser um género discursivo específico, a entrevista televisiva pode apresentar diversas modalidades, quer autónomas quer integradas noutros programas televisivos. Do ponto de vista do número de participantes, podemos distinguir as entrevistas em que um único entrevistador interage com um único entrevistado, das entrevistas em que vários entrevistadores interagem com um único entrevistado, das entrevistas em que um único entrevistador interage com vários entrevistados e das entrevistas em que vários entrevistadores interagem com vários entrevistados, como nos debates. Se tivermos como critério as temáticas abordadas, podemos distinguir entrevistas sobre questões partidárias, sobre responsabilidades políticas ou sociais, sobre descobertas científicas, sobre atividades artísticas ou obras literárias, ou sobre atividades filantrópicas, sobre questões da vida cotidiana colocadas a pessoas anónimas encontradas inesperadamente, por exemplo, numa praia ou numa feira, para falarem dos ambientes vividos nesses ambientes.

As entrevistas televisivas partilham com as entrevistas da imprensa escrita e radiofónicas características comuns que têm merecido a atenção dos estudiosos (Almeida 2012), mas não é objetivo deste estudo tratar dessas relações. O meu objetivo neste estudo consiste apenas em apresentar esquematicamente a atitude que considero mais apropriada para dar conta dos fenómenos específicos que se manifestam nas entrevistas televisivas, a partir da observação de alguns exemplos de entrevistas de um único entrevistador a um único entrevistado emitidas pela RTP e pela SIC. Começarei por isso por apresentar de maneira sumária a natureza desta atitude.

A atitude etnometodológica

Têm sido sobretudo os investigadores das ciências da linguagem que adotam a perspetiva interdisciplinar a que se convencionou dar o nome de pós-estruturalista (Capucho 2004; Gonçalves-Segundo 2016) que nos últimos anos têm dedicado à entrevista jornalística particular atenção. A atenção que a entrevista televisiva tem vindo a merecer por parte destes estudiosos tem a ver com a relativamente recente redescoberta da importância a linguagem oral e do seu papel fundamental enquanto dispositivo interacional de construção da sociabilidade, como resultado da viragem fenomenológica que se tem verificado nas ciências sociais em geral e das ciências da linguagem em particular. É provável que a relativa pouca importância que a entrevista televisiva tem merecido da parte dos estudiosos da comunicação tenha a ver

com o predomínio das perspetivas sistémicas nesta área de conhecimento e com a consequente pouca importância que nela é dada às abordagens interacionais derivadas da perspetiva fenomenológica.

A maior parte dos estudos da comunicação adota perspetivas que pretendem averiguar o sentido das posições defendidas pelos participantes, esquecendo que o sentido dos enunciados que eles produzem depende da ordem interacional que regula localmente a sua ocorrência. É por isso que, a meu ver, estes estudos não adotam a atitude fenomenológica adequada para a adoção de uma disponibilidade para identificar os pontos de vista dos próprios participantes nas entrevistas, a atitude que permite dar conta, de maneira tão precisa quanto possível, das regras que eles aplicam e das normas a que obedecem, em cada momento, tanto para escolherem os comportamentos apropriados como para entenderem os comportamentos dos outros participantes.

É para poder dar conta da maneira como os participantes nas entrevistas aplicam as regras que regulam a atividade interacional e como obedecem às normas que se aplicam em cada momento, é para poder entender como eles vão constituindo localmente o sentido daquilo que dizem e dos comportamentos que adotam que, em vez de seguir um método de pesquisa próprio, proponho antes descobrir o método que os próprios intervenientes nas entrevistas televisivas observadas seguem. Como Harold Garfinkel (2018, p. 93 e ss.) dava o nome de etnométodos aos processos que as pessoas utilizam para adotarem os comportamentos quando interagem entre si, damos o nome de etnometodologia à perspetiva ou à atitude que pretendo adotar para a elaboração deste estudo. De entre os trabalhos portugueses e brasileiros sobre entrevistas televisivas que seguem esta perspetiva podemos ler Braga 2006; Morales 2013; Vieira 2003.

O facto de o investigador pertencer à mesma cultura das pessoas que observa e de, por conseguinte, aplicar as mesmas regras e respeitar as mesmas normas que elas aplicam e respeitam quando interagem entre elas dificulta a perceção dos fenómenos que pretende observar, uma vez que, por lhe parecerem naturais, tendem a passar despercebidos. Para ultrapassar esta dificuldade, Garfinkel costumava utilizar como recurso um procedimento a que dava o nome de *breaching experiment*, designação que ele dava à estratégia que consistia em provocar uma rutura das expetativas, de modo a poder observar e registar a reação que essa rutura provocava nas pessoas e, deste modo, descobrir qual a regra que não teria sido aplicada ou a norma que não teria sido respeitada.

As entrevistas televisivas oferecem ao investigador interessantes casos análogos aos que Garfinkel pretendia provocar com estes *breaching experiments*, com a vantagem de não serem provocados pelo investigador e de serem, por conseguinte, independentes da sua intervenção. Podemos observar estes casos quando os entrevistadores ou os entrevistados adotam comportamentos que não são aqueles que esperaríamos que eles adotassem, revelando deste modo, pela negativa, as regras que regulam a atividade comunicativa em que eles estão envolvidos.

As ruturas mais notáveis em relação às expetativas que podemos observar nas entrevistas televisivas ocorrem quando é o próprio entrevistado que formula perguntas ou toma a iniciativa de terminar a entrevista. O desconforto provocado pela ocorrência destes casos e a necessidade de justificação que os participantes sentem

quando eles ocorrem são os principais fenómenos que mostram que se trata de comportamentos que violam regras específicas das entrevistas televisivas, deste modo revelando que é ao entrevistado que incumbem as funções tanto de fazer perguntas como de dar por terminada a entrevista. Podemos observar um exemplo célebre destes dois tipos de rutura no seguinte excerto de uma entrevista da SIC Notícias de 26 de Setembro de 2007, de Ana Lourenço a Pedro Santana Lopes:

Excerto 1: Entrevista de Ana Lourenço (AL) a Pedro Santana Lopes (SL) e o repórter Pedro de Freitas (PF)
(SIC 27 de Setembro de 2007

AL	Doutor Santana Lopes, tenho que interromper por alguns instantes. Vamos já em direto para o aeroporto da Portela, onde está o repórter Pedro de Freitas que acompanha a chegada de José Mourinho a Portugal. Boa noite, Pedro
PF	A dizer então que José Mourinho chegou num avião particular aqui ao e aeroporto da Portela. De resto, há que recordar que é um técnico que fez enorme sucesso em Inglaterra. Conquistou dois títulos no campeonato inglês, duas taças da Liga, uma taça de Inglaterra em Wimbley e nesta altura sobre esta sua saída algo polémica do Chelsea a verdade é que José Mourinho ((a reportagem continua))
AL	Pedro Freitas em direto do aeroporto da Portela. Vamos então deixar José Mourinho descansar neste seu regresso a Portugal. Regresso agora à conversa com o Dr. Pedro Santana Lopes. Estava-nos a falar estava=
PSL	=Sabe onde é que estava?=
AL	=Sei. Estávamos a falar=
PSL	=E acha que isto justifica? Desculpe lá a pergunta.
AL	(.) Vamos=
PSL	=Já que estamos a falar de correção, acha que isto justifica
AL	=a interrupção da entrevista
PSL	José Mourinho é muito mais importante que qualquer um de nós sem dúvida nenhuma. Eu aí. E a chegada dele põe o país em delírio. Este problema do sistema político e dos partidos não interessa nada. Eu só lhe pergunto se é assim que o país anda p'rá frente. (...) As senhoras convidaram-me para vir aqui, pra vir falar deste assunto importante e eu vim com sacrifício pessoal, com sacrifício pessoal. Chego aqui sou interrompido por causa da chegada de José Mourinho, um treinador de futebol. Acho que o país está doido. Desculpe dizer. Com todo o respeito. E portanto eu não vou continuar a entrevista. Acho que as pessoas têm que aprender. (.) Tá bem? Muito obrigado. Desculpe mas não vou continuar.
AL	( )
PSL	Sem nenhum pretensiosismo. Agora eu tenho regras e não quebro as regras.
AL	Muito bem
PSL	Lamento mas muito obrigado pelo seu convite. Agradeço muito
AL	Gostávamos muito de poder
PSL	Eu também gostava de dar. Por isso vim aqui.

Al	Fizemos uma interrupção porque de facto José Mourinho é uma figura importante
PSL	=sem dúvida ( ) ºimportantíssimoº
AL	do país. O senhor terá sempre mais sensibilidade para os temas do futebol do que eu.
PSL	Pois tenho
AL	E havia muita curiosidade de saber
PSL	Se ele chegava de avião privado ou público.
AL	( )
PSL	Mas ele nem declarou nada
AL	( )
PSL	Pois, eu tenho regras, as senhoras têm as vossas. Eu respeito as vossas mas peço para respeitarem as minhas. É só isso. Mas agradeço o seu convite mais uma vez.
AL	Lamento imenso
PSL	Obrigado. Eu também
AL	Critérios editoriais
PSL	Com certeza. Que eu respeito Que eu respeito (.) a sério que respeito
AL	Os militantes do PSD ficam privados
PSL	Boa noite ((levanta-se e sai do estúdio)
AL	(olhando de frente para a câmara)) Fazemos então neste:::: nesta edição daa noite e perante este imprevisto de uma posição de uma tomada de posição de Pedro Santana Lopes que obviamente respeitamos em função de uma edição editorial que foi a de irmos em direto ao aeroporto da Portela para acompanhar a chegada de José Mourinho a Lisboa, fazemos então uma pausa breve (.) Até já.

Como podemos observar, Pedro Santana Lopes (PSL) recusa continuar a entrevista (*e portanto eu não vou continuar a entrevista*) e, em vez de responder a uma pergunta da entrevistadora, formula ele próprio uma pergunta que incide sobre a temática da entrevista e a sua ordem sequencial: *sabe onde estávamos*? Numa conversa de Pedro Santana Lopes que ocorresse com Ana Lourenço, num ambiente informal da vida quotidiana, não acharíamos estranho que ele tomasse a iniciativa de dar por terminada a conversa ou questionasse a sua interlocutora sobre o tema da conversa em que estivessem envolvidos. O facto de este comportamento ser considerado notável e de ele próprio sentir necessidade de o justificar revela que se trata da violação de regras específicas de uma entrevista televisiva, mostrando assim duas regras que distinguem esta atividade de outras interações comunicativas que ocorrem habitualmente no quadro da vida quotidiana. Ao contrário do que acontece numa conversa habitual, numa entrevista televisiva não é a qualquer participante que incumbe fazer perguntas e dar por terminada a interação, é o/a entrevistador/a que tem esta incumbência. É isto

que descobrimos ao verificarmos que PSL, o entrevistado, sente a obrigação de formular enfaticamente não só a justificação, mas um pedido de desculpas pelo facto de ter adotado o comportamento observado neste exemplo. Tal como AL, a entrevistadora, se sente obrigada, não só a categorizar o comportamento de PSL como um "imprevisto", mas também a justificar a interrupção da entrevista e a invocar imperativos editoriais.

Casos de rutura de expetativas como este são de grande importância para podermos descobrir as regras que os participantes aplicam e as normas a que obedecem no quadro das entrevistas televisivas, mas a sua observação não é evidentemente a única maneira que o etnometodólogo tem ao seu dispor para descobrir as regras da atividade em que os participantes estão envolvidos. O mais importante procedimento analítico do investigador que adote a atitude etnometodológica é a observação da organização sequencial dos enunciados, a observação cuidadosa do encadeamento das intervenções dos participantes, ao longo da alternância dos turnos de fala.

Antes de explicitar em que consiste a atitude etnometodológica que proponho, sinto necessidade de explicitar a razão por que escolhi fazer este trabalho sobre entrevistas televisivas. O leitor talvez pense que pretendo fazer uma avaliação crítica da conformidade das entrevistas televisivas a padrões éticos, estéticos ou políticos pré-concebidos ou formular regras de comportamento aos profissionais nelas envolvidos. Nada mais contrário à atitude etnometodológica e à minha perspetiva fenomenológica. O meu objetivo consiste em observar como as pessoas envolvidas nas entrevistas televisivas mobilizam de maneira apropriada os recursos que têm à sua disposição, de modo a conseguir compreender a atividade em que estão envolvidas. Tendo em conta este esclarecimento, vejamos então em que consiste a organização sequencial dos turnos de fala.

A organização sequencial e os pares adjacentes

É da observação daquilo que o enunciado de um dos participantes levou o outro participante a dizer que podemos saber a interpretação desse enunciado no momento em que foi produzido. É porque é da interpretação que em cada momento cada um dos participantes faz daquilo que os outros disseram que o leva a dizer aquilo que diz quando é a sua vez de tomar a palavra que podemos saber aquilo que está em jogo em cada momento ao longo da atividade interacional. É por isso que não são as hipóteses interpretativas do investigador, mas as interpretações que os próprios participantes fazem, em cada momento daquilo que está em jogo na atividade comunicativa em que estão envolvidos, reveladas pela análise sequencial das intervenções, que são a chave da investigação etnometodológica.

A unidade da interação comunicativa das entrevistas televisivas, como aliás de qualquer outra interação comunicativa, é o par adjacente, designação proposta por Harvey Sacks (1992, pp. 521-570) para designar o conjunto da intervenção iniciativa e da intervenção reativa que constituem a unidade sequencial mínima. Vejamos o excerto 2 retirado do fecho da entrevista de José Rodrigues dos Santos (JRS) a Mariza (M), no Telejornal da RTP1 de 14 de Abril de 2014:

Excerto 2:

JRS: Mariza, muito obrigado
M: Muito obrigada eu

Neste excerto podemos observar um par adjacente simples, constituído pelo encadeamento de uma primeira parte, produzida pelo entrevistador e formada por um ato de agradecimento, e de uma segunda parte, produzida pela entrevistada, formada pela retribuição do agradecimento do entrevistador.

É evidente que nem sempre os pares adjacentes são simples. Como mostrou de maneira pormenorizada Emanuel Schegloff (2007), a organização das sequências pode ser complexa, com as primeiras partes dos pares adjacentes a ser precedidas de unidades preparatórias, com expansões da segunda parte e com inserções entre a primeira e a segunda parte. As unidades preparatórias da primeira parte servem para realizar atos pressupostos à realização da primeira parte do par adjacente e as unidades de expansão da segunda parte servem para realizar atos de avaliação da segunda parte, ao passo que as unidades inseridas entre a primeira e a segunda parte servem para assegurar as condições que fazem com que o interlocutor possa realizar a segunda parte do par adjacente. Observemos o excerto 3:

Excerto 3: Grande Entrevista RTP1: Sandra de Sousa (SS) a José Manuel Silva (JMS); 11 de Julho de 2012t

SS: Senhor doutor temos mesmo que terminar:: quais são as suas expetativas para o dia de amanhã?
JMS: Bom senso
SS: Bom senso:::: relativamente a quê?
JMS: Relativamente a todos os intervenientes na saúde. Nós pela nossa parte temo-lo demonstrado.
SS: Mas acredita que a greve de amanhã será superior à de hoje como alguns sustentam?
JMS: Eu acredito que sim. Porque de facto o dia de hoje mobilizou, demonstrou a união dos médicos, foi uma manifestação de cidadania. Volto a sublinhar que para nós ((continua))
SS: Senhor doutor, muito obrigada por ter vindo à Grande Entrevista.
JMS: Eu é que agradeço a oportunidade.
SS: Desejo-lhe uma boa noite

Neste excerto, a entrevistadora produz um ato preliminar, anunciando a primeira parte da sequência do fecho da entrevista, mas insere logo de seguida a primeira parte de um par adjacente com uma pergunta endereçada ao entrevistado: *quais são as suas expetativas para o dia de amanhã?* A esta primeira parte responde o entrevistado com a segunda parte do par: *bom senso*. Esta segunda parte provoca, por sua vez, uma nova expansão sob a forma de um novo par adjacente, iniciado com uma nova primeira parte formada pela repetição da resposta do entrevistado (*bom senso*:::) e o pedido de esclarecimento (*bom senso relativamente a quê?*). A segunda parte deste novo par adjacente provoca ainda a inserção de um novo par e é só no fim destas três inserções que a iniciativa de fecho da entrevista tem finalmente a sua segunda parte (*Senhor doutor, muito obrigada por ter vindo à Grande Entrevista*), depois de fechadas as sequências inseridas.

Mas neste excerto podemos ainda observar uma pós-expansão. Depois de o entrevistador ter encerrado a entrevista e produzido a primeira parte do par adjacente de agradecimento (*Senhor doutor, muito obrigado por ter vindo à Grande Entrevista*) e de e o entrevistado ter produzido a segunda parte com a retribuição do agradecimento (*Eu é que agradeço*), o entrevistador acrescenta uma expansão com um ato de despedida (*boa noite*). Como podemos ver, o entrevistado não responde ficando a dúvida se o entrevistador interpreta este ato de despedida como lhe sendo endereçado ou como sendo endereçado à audiência, a quem em última instância a entrevista é destinada.

As componentes dos pares adjacentes: as intervenções ou os turnos e os enunciados

Os pares adjacentes são constituídos por turnos ou intervenções e por enunciados. Deste ponto de vista, podemos definir uma entrevista como a alternância de turnos ou de intervenções dos participantes; é esta alternância que define a natureza predominantemente dialogal da entrevista. Uma entrevista é uma atividade em princípio dialogal, ao passo que, por exemplo, um telejornal é uma atividade em princípio monologal. Digo, em princípio, porque evidentemente uma entrevista pode comportar intervenções monologais, como por exemplo quando o entrevistador na introdução apresenta o entrevistado e expõe a temática da entrevista, tal como um telejornal pode comportar evidentemente momentos dialogais, como por exemplo quando o jornalista durante o telejornal interage com um correspondente ou recebe no estúdio um convidado.

Devemos, no entanto, distinguir com clareza a natureza monologal da natureza monológica de uma intervenção. Assim, por exemplo, a introdução de uma entrevista, embora seja em princípio monologal porque é apenas o entrevistador que toma a palavra, é altamente dialógica, uma vez que os enunciados que o entrevistador produz dialogam com intervenções que ele refere ou cita de outros falantes e inclusivamente com enunciados que o próprio entrevistado terá produzido noutras circunstâncias. Mais adiante terei oportunidade de explicitar melhor a distinção entre estas duas dimensões.

Os enunciados não se confundem com os turnos ou com as intervenções, uma vez que, embora haja turnos que comportam apenas um enunciado, como neste exemplo:

Entrevistador: Boa tarde
Entrevistado: Boa tarde

encontramos muitos outros turnos constituídos por múltiplos enunciados, como neste início da entrevista de Ana Sousa Dias (ASD) a Gal Costa (GC):

Excerto 4:

ASD: (olha para a câmara) Boa noite. A convidada desta semana no Por Outro Lado nasceu em Salvador, na Bahia, no Brasil, e está em Portugal com um espetáculo (.) só com músicas do Tom Jobim .h que toda a gente a conhece com certeza. Já esteve várias vezes em Portugal e antes disso já todos a conhecíamos dos discos (eh) vamos já conversar com ela. Vamos ver primeiro como é que o Alfredo Cunha olhou

pra ela e depois vamos conversar. (olha para Gal Costa) Boa noite Gal Costa
GC: Boa noite. É um prazer imenso estar aqui.

O enunciado é o resultado ou o efeito da atividade enunciativa e a atividade enunciativa é a realização de um ato de linguagem. Um ato de linguagem, por sua vez, é um determinado comportamento que tem um determinado objetivo como, por exemplo, saudar, afirmar, negar, perguntar, responder, agradecer, prometer, pedir.

É muito importante ter em conta que os enunciados tanto podem ser materializados verbalmente ou realizados por palavras, para-verbalmente ou realizados por modos de entoação, pelo volume de voz, pelo timbre, pela aceleração da fala, como podem ser materializados gestualmente ou manifestados por hiatos ou por silenciamentos (termo que utilizo para designar a ausência de uma verbalização esperada). É por isso que, na análise sequencial das entrevistas, não podemos ter apenas em conta as palavras que os participantes dizem; temos também que observar cuidadosamente e transcrever, tão fielmente quanto possível, as entoações, os gestos, os hiatos e os silenciamentos observados.

Como estamos a ver, a atitude etnometodológica que proponho adotar distingue-se das análises de discurso que apenas procuram dar conta das componentes verbais da atividade comunicativa (Rodrigues & Braga 2014, pp. 117-134).

O princípio da preferência

Os participantes não dizem habitualmente o que lhes passa pela cabeça quando é a sua vez de falar. Cada uma das intervenções ocorre na sequência de intervenções anteriores e projeta as intervenções seguintes. O encadeamento dos turnos ou das intervenções obedece a um princípio a que Harvey Sacks deu o nome de princípio de preferência (1987).

O princípio da preferência não tem a ver com o facto de os participantes preferirem a realização de determinados atos em detrimento de outros, mas com o facto de a realização da primeira parte de um par adjacente criar a expetativa da realização de determinada segunda parte desse par no momento em que ocorre. Assim, se alguém dirigir uma saudação aquilo que é esperado é que a pessoa a quem a saudação foi dirigida a retribua, sendo, por conseguinte, nesse momento o ato de retribuição a segunda parte preferida dessa sequência. Não quer dizer que não ocorram saudações não correspondidas, mas quando isso ocorre verificamos que se trata de uma ocorrência assinalada ou marcada, termo que utilizamos para designar o facto de ser uma intervenção realizada depois de a um hiato ou de uma demora na realização da segunda parte do par, constituída por uma justificação da não retribuição da saudação ou da realização do ato preferido, ou da procura desta justificação. Podemos dizer, em síntese, que os atos preferidos não são marcados, mas ocorrem sem hiato nem justificação, ao passo que os atos não preferidos são marcados e ocorrem habitualmente depois de um hiato e são acompanhados ou substituídos por uma justificação. No excerto 3, já pudemos apreciar na intervenção de Pedro Santana Lopes, quando a entrevistadora lhe dá a palavra, um exemplo eloquente de uma segunda parte não preferida de um par adjacente.

Os princípios que regulam os comportamentos da atividade da interação comunicativa: a aplicação de regras e a obediência a normas

Para que de uma atividade enunciativa resulte um determinado enunciado é preciso que tenha sido aplicada a regra específica prevista para que dela resulte esse enunciado. Assim, por exemplo, para que um enunciado seja uma pergunta é preciso que tenha sido realizada uma atividade enunciativa de acordo com a regra apropriada para a realização de uma pergunta, tal como para que um enunciado seja uma saudação é preciso que tenha sido realizado por uma atividade enunciativa de acordo com a regra apropriada para a realização de uma saudação. Assim, por exemplo, se o entrevistado disser *boa tarde* no início da entrevista é muito provável que esteja a fazer uma saudação, mas se disser *boa tarde* no meio da entrevista é muito pouco provável que esteja a fazer uma saudação, mas a fazer, por exemplo, uma ironia ou a citar um enunciado realizado no quadro de uma outra atividade interativa, pela simples razão de que a regra a aplicar para que de uma atividade enunciativa resulte o ato de saudação é ela ser realizada no início ou no fim de uma interação e não durante o seu decurso. Tal como, se o entrevistador produzir um enunciado sob a forma interrogativa, mas a interrogação incidir sobre uma questão para a qual tanto ele como a audiência souberem a resposta, esse enunciado não realizará uma verdadeira pergunta, mas um outro ato que teremos que identificar, de acordo com o princípio da análise sequencial, observando a intervenção que ele provocou da parte da pessoa a quem a interrogação foi endereçada.

Mas evidentemente há muitas maneiras diferentes de fazer perguntas, de fazer saudações ou qualquer outro ato de linguagem, cada uma delas decorrendo do respeito de normas específicas que dependem do entendimento que as pessoas têm daquilo que está em jogo no momento em que realizam esse ato de linguagem pretendido. Entre as normas a que habitualmente as pessoas obedecem quando interagem entre si estão as normas de cortesia. A não aplicação da regra apropriada para a realização de determinado ato inviabiliza a sua realização, mas o desrespeito de uma norma não inviabiliza evidentemente a realização do ato pretendido, embora possa ter implicações na maneira como a interação comunicativa é entendida por parte dos participantes na entrevista. As regras aplicam-se ou não se aplicam, ao passo que as normas respeitam-se ou não se respeitam.

Dados e transcrição

Nos excertos de entrevistas que apresento como exemplos utilizo as seguintes convenções de transcrição habitualmente utilizadas pelos autores que adotam a atitude etnometodológica:

Símbolo	Fenómeno
.	Entoação descendente
?	Entoação ascendente

,	Entoação contínua
: / :: / :::	Prolongamento do som (diferentes durações)
↑	Som mais agudo
↓	Som mais grave
-	Corte abrupto
fala	Ênfase
FAla	Volume mais alto
ºfalaº	Volume mais baixo
>fala<	Fala acelerada
<fala>	Fala desacelerada
[ ] [ ]	Falas sobrepostas
(.)	Micro-pausa (igual ou inferior a dois décimos de segundo)
(2.5)	Pausa (em segundos e décimos de segundos)
eh	Pausa cheia
mm	Sinal de retorno do ouvinte
.h / .hh / .hhh	Inspiração (diferentes durações)
h / hh / hhh	Expiração (diferentes durações)
th	Estalar de língua
...= =...	Turnos contíguos (ausência de pausa inter turnos)
=	Ausência de uma micropausa intraturno (entre duas palavras)
( )	Segmento inaudível não transcrito
(fala)	Segmento pouco audível de transcrição duvidosa
(fala/fama)	Transcrições alternativas de um segmento pouco audível
((escreve))	Descrição de uma atividade não verbal

Figura 1- Convenções de transcrição
Fonte: Jefferson, G. (2004, pp.13-31)

É importante ter em conta que os materiais transcritos não são os dados, mas o registo dos fenómenos observados, porque é importante não esquecer que por mais minuciosa que seja a transcrição nunca poderá dar conta de maneira exaustiva da riqueza inesgotável dos fenómenos que os dados manifestam. É por isso que nunca devemos esquecer que a cada nova observação dos dados somos levados a corrigir e a melhorar a transcrição e a registar novos fenómenos, tendo sempre em conta que a realidade observada é inesgotável e que a investigação é um processo nunca acabado de descoberta.

Depois de esclarecidos as principais características da atitude etnometodológica que proponho adotar e a terminologia adotada, vou agora abordar dois momentos cruciais das entrevistas televisivas: a abertura e o fecho.

A abertura e o fecho das entrevistas televisivas

Nas interações comunicativas que decorrem em ambientes informais da vida quotidiana, tomar a iniciativa de dirigir a palavra a alguém tal como tomar a iniciativa de dar por terminada uma conversa em que nos encontremos envolvidos são decisões que podem ser tomadas por qualquer dos participantes, mas implicam inevitavelmente um dilema crucial. Quer tomem a decisão dirigir a palavra quer tomem a decisão de não dirigir a palavra ou quer tomem a decisão de encerrar a conversa ou quer tomem a decisão de a continuar, as pessoas envolvidas correm inevitavelmente o risco de ser consideradas inoportunas ou inconvenientes por parte dos outros participantes. No entanto, habitualmente nesses ambientes, a decisão não é da competência nem incumbe em princípio a um dos participantes em particular, qualquer deles podendo tomar a iniciativa de dar início e de dar por finalizada a interação. É, por isso, particularmente importante observar o que se passa no início e no fim das entrevistas televisivas, para compreendermos o que as distingue das interações comunicativas que ocorrem em ambientes informais e deste modo observar o que resulta do facto de se tratar de uma entrevista televisiva e não de uma outra modalidade de interação comunicativa. Observemos o seguinte excerto:

Excerto 5: Entrevista ao Presidente de Moçambique, Felipe Nyusi (FN), no telejornal da RTP de 7 de Julho de 2019:

Entrevistadora	(olha para a câmara) o presidente de Moçambique é convidado desta entrevista especial conjunta (...) da RTP e da RTP África (olha para FN) senhor presidente, desde já agradecemos ter aceite este convite. Esta cimeira Portugal Moçambique acaba com o senhor a dizer que o caso Américo Sebastião não é um assunto de Estado. Américo Sebastião, o português sequestrado há três anos que continua desaparecido (olha para baixo, levantando o ombro esquerdo) não é um espinho nas relações entre os dois países?

Nesta introdução, a entrevistadora produz um monólogo, referindo, por um lado, aquilo que o entrevistado, Felipe Nyusi, o Presidente de Moçambique, tinha dito na cimeira Portugal-Brasil e, por outro lado, o acontecimento do desaparecimento de um português ocorrido três anos antes em Moçambique. É da relação entre este acontecimento e aquilo que Felipe Nyusi tinha dito na cimeira que retira a justificação para a primeira pergunta. Como vemos, apesar de ser monologal, esta introdução é de natureza dialógica e é esta sua natureza dialógica que confere à introdução um dos instrumentos mais importantes da postura de neutralidade da entrevistadora. As questões potencialmente polémicas que a entrevistadora vai endereçar ao entrevistado não são feitas em seu nome pessoal, mas decorrem logicamente de enunciados citados explicitamente e dos acontecimentos referidos na introdução.

O olhar da entrevistadora para a câmara com que a entrevistadora acompanha o seu monólogo introdutório é também um comportamento importante, uma vez que se insere no ambiente interacional constituído pelo dispositivo televisivo, dentro do qual decorre a interação da audiência com os comportamentos que ocorrem no estúdio. É nesse ambiente que se encontra a audiência, os verdadeiros interactantes, a quem tudo aquilo que a partir desse momento vai ocorrer no estúdio é finalmente endereçado.

Como vemos, não é pelo facto de ser monologal que a introdução não é uma atividade eminentemente interacional. A interacionalidade desta intervenção monológica é assegurada tanto pelo comportamento não verbal, expresso pelo olhar para a câmara, que assegura a interação da entrevistadora com a audiência, como pela natureza dialógica dos enunciados produzidos, assim designados porque dialogam com aquilo que outros locutores, inclusivamente o próprio entrevistado, disseram noutros ambientes. A natureza dialógica desta introdução monologal é particularmente importante uma vez que é dos enunciados aí relatados que a entrevistadora retira a fundamentação das questões que vai colocar ao entrevistado e esta fundamentação serve de justificação ou de garantia para a imagem da sua isenção ou da neutralidade da sua função de entrevistadora junto da audiência a quem a introdução é finalmente endereçada. Observemos agora outro exemplo.

Excerto 6: RTP de 2002, programa Por Outro Lado, entrevista de Ana Sousa Dias (ASD) à cantora brasileira Gal Costa (GC).

ASD: (olha para a câmara) Boa noite. A convidada desta semana no Por Outro Lado nasceu em Salvador, na Bahia, no Brasil, e está em Portugal .h com um espetáculo (.) só com músicas do Tom Jobim .h que toda a gente a conhece com certeza. Já esteve várias vezes em Portugal e antes disso já todos a conhecíamos dos discos (eh) vamos já conversar com ela. Vamos ver primeiro como é que o Alfredo Cunha olhou pra ela e depois vamos conversar. (olha para Gal Costa) Boa noite Gal Costa
GC: Boa noite. É um prazer imenso estar aqui.
ASD: É? (sorri e inclina a cabeça) Como assim? Então, uma pessoa com tanta experiência, com tantos anos de carreira e acha especial uma entrevista na televisão portuguesa? [Deve ter tanto (.) tantas horas de]
GC: [Acho especial. Sabe por que] eu acho especial ((levanta e desce os ombros)) porque faz algum muito tempo que eu não venho, na verdade (gestos com as mãos) a um estúdio de televisão [aqui] em Portugal
ASD: [É?]
GC: (levanta as sobrancelhas) pra fazer uma entrevista (.) conversar ((gesto com as mãos)) (.) falar da minha vida, e isso é muito bom. ((gesto afirmativo com a cabeça))
ASD: Então vamos conversar sobre sua vida, temos cinquenta minutos pra nossa conversa .h (gesto com as mãos e sorriso) Vamos (gesto com a cabeça e sorriso) Trabalho, vida, tudo. Gal (.) está em Portugal para apresentar só um espetáculo só com canções do Tom Jobim?
((continua))

Neste excerto, observamos de novo o olhar da entrevistadora para a câmara e podemos reparar a utilização do emprego da primeira pessoa do plural do pronome pessoal (*já todos a conhecíamos dos discos e vamos já conversar com ela. Vamos ver primeiro como é que o Alfredo Cunha olhou pra ela e depois vamos conversar*...). Podemos considerar este plural um plural inclusivo, por o podermos interpretar como incluindo os espectadores e a entrevistadora.

Observemos agora como ocorrem os fechos das entrevistas. Podemos observar um dos casos mais simples formado apenas por dois pares de dois turnos simples cada um no seguinte excerto:

Excerto 7: entrevista do telejornal da RTP de 14 de Abril de 2014 de José Rodrigues dos Santos (JRS) à cantora Mariza M(M):

JRS: Mariza, muito obrigado
M: Muito obrigada eu
JRS: Boa noite
M: Boa noite

Ao contrário do que aconteceria num ambiente informal, o entrevistador assume unilateralmente a incumbência de tomar a iniciativa de dar por terminada a entrevista sem qualquer necessidade de preparação nem de justificação, iniciando primeiro um turno de agradecimento (*Mariza, muito obrigado*) e depois um segundo turno de saudação despedida (*Boa noite*). Como podemos ver, a entrevistada não acha estranho o comportamento do entrevistador, limitando-se a encadear com a primeira parte de cada um dos dois pares iniciados pelo entrevistador as segundas partes preferidas desses turnos: *muito obrigada eu* e *boa noite*.

É evidente que nem sempre a sequência final das entrevistas é assim tão simples, como podemos observar no excerto da sequência final da entrevista já referida realizada, em 2002 pela RTP, de Ana Sousa Dias (ASD) a Gal Costa (GC):

Excerto 8:

ASD: Obrigada Gal obrigada por ter vindo [(.) foi um prazer=
GC: [obrigada a você
ASD: =tê-la aqui (.) e:: espero agora que o último concerto que é em Lisboa (abre o braço esquerdo) corra bem no Coliseu.
GC: Quero lhe agradecer (abre os braços) e convidar as pessoas que vão a Lisboa no dia 12 no Coliseu
ASD obrigada por ter [vindo
GC: [e no Porto também no dia 16
ASD: obrigada a você o prazer é nosso

É sobretudo nas entrevistas inseridas em telejornais que os fechos são mais rápidos, como podemos observar no seguinte excerto do telejornal da RTP1 de 14.4. 2014, em que José Rodrigues dos Santos (JRS) entrevista Mariza (M):

Excerto 9:

M: ... por que não ser uma cantora da língua portuguesa? (..) Por que não?
JRS: Mariza, muito obrigado
M: obrigada eu
JRS boa noite
M: obrigada eu (.) boa noite

Ou no seguinte excerto do telejornal de 16.02.2018 em que José Adelino Faria (JAF) entrevista Salvador Sobral (SS):

Excerto 10:

JAF: Salvador, muito obrigado. [Benvindo
SS: [Obrigado
JAF: Vai ser melhor ainda
SS: Espero que sim
JAF: Obrigado
SS: Obrigado

Como vemos, é muito frequente observarmos algumas particularidades do fecho da interação comunicativa das entrevistas televisivas. A primeira particularidade é o facto de, tal como a iniciativa da abertura, também a iniciativa do fecho incumbir ao entrevistador. Os casos em que é o entrevistado que toma a iniciativa de encerrar a entrevista são raros e, como vimos, são acompanhados de justificação, o que mostra que se trata de comportamentos que violam a regra específica deste ambiente interacional. A segunda particularidade é o facto de ser muito frequente a troca de agradecimentos entre o entrevistador e o entrevistado. Este facto mostra que a interação que ocorre entre o entrevistador e o entrevistado se insere dentro de um outro ambiente interacional que tem como destinatário a audiência, em benefício da qual a entrevista decorre. A terceira particularidade é o facto de o fecho não resultar de uma negociação entre os participantes, mas ocorrer em função de uma decisão unilateral do entrevistador.

Podemos considerar a primeira particularidade como consequência da natureza institucional da entrevista televisiva, mas também podemos interpretá-la com uma das regras do ambiente constituído pelo dispositivo televisivo. Para compreendermos esta regra observemos o que se passa no ambiente constituído pelo dispositivo telefónico, onde também é a pessoa que toma a iniciativa de chamar que tem a incumbência de dar por terminada a interação telefónica.

Os mecanismos de categorização

Gostaria agora de tratar de um dos fenómenos notáveis que decorre da maneira como os participantes mobilizam aquilo que designamos por mecanismos de categorização[1].

Já mencionei a importância do olhar do entrevistador dirigido para a câmara durante a introdução pelo facto de ser um comportamento que se insere no ambiente interacional constituído pelo dispositivo televisivo e em que interage com a audiência. Com este comportamento, não só se constitui como entrevistador e assume a incumbência das funções desta categoria, mas também constitui duas outras categorias, a de espectador e a de entrevistado. Podemos considerar estas categorias omnirelevantes no ambiente da entrevista televisiva, uma vez que são elas que defi-

[1] Para uma apresentação sistemática dos mecanismos de categorização nos diferentes ambientes de interação comunicativa aconselho a leitura de Silverman, D. 1988: 74-97 e Watson & Gastaldo 2015: 135-150.

nem, em permanência durante toda a entrevista, as tarefas que incumbem a cada uma das pessoas que interagem entre si no ambiente interacional em que se encontram.

Reparemos agora para o seguinte extrato retirado da entrevista já referida de José Rodrigues dos Santos (JRS) a Mariza (M):

Excerto 11:

JRS: Quando é que volta agora outra vez a lançar um novo álbum de originais?
M: Estou a trabalhar já nesse álbum para 2015 a::: às vezes é um bocadinho difícil a::: é assim como nos seus livros, não é? Nós às vezes temos alguma dificuldade em nos expressar, queremos fazer tão bem ou queremos pôr tudo o que se tem na cabeça e às vezes é quase impossível. Não se consegue, não é? As coisas têm o seu tempo. (continua)

Podemos observar neste caso um processo curioso de categorização realizado pela entrevistada que decorre do facto de se referir ao entrevistador como escritor. Apresentei aqui este caso de categorização porque, pela sua natureza inesperada, o manifesta de maneira mais evidente, mas o trabalho de categorização pode ser observado em todos os processos de referência dos enunciados produzidos pelos participantes, uma vez que é impossível referir pessoas, objetos, estados de pessoas ou de objetos sem os inserir inevitavelmente numa determinada categoria.

A importância de analisar os processos de categorização tem a ver com o facto de a cada categorização corresponderem expetativas específicas mobilizadas em cada momento da atividade interacional em que, ao longo da entrevista, os participantes estão envolvidos. Assim, no momento em que pretende explicar por que razão só em 2015 irá gravar um novo álbum, Mariza identifica José Rodrigues dos Santos como escritor, categoria que partilha com a categoria de cantora a incumbência da criatividade, que ela própria mobiliza para fazer compreender as dificuldades para encontrar as formas apropriadas de expressão na sua atividade: *assim como nos seus livros, não é? nós às vezes temos alguma dificuldade em nos expressar (...) as coisas têm o seu tempo*.

Mas evidentemente, como já referi, os processos de categorização ocorrem ao longo de toda a entrevista, uma vez que são inseparáveis da própria função referencial da linguagem.

A alternância das perguntas e das respostas

Vou agora analisar a alternância das perguntas e das respostas, as tarefas que incumbem respetivamente ao entrevistador e ao entrevistado e que, como vimos, são as categorias omnirelevantes da atividade interacional das entrevistas. Comecemos por observar a continuação do extrato 2 da entrevista da RTP ao Presidente de Moçambique, Felipe Nyusi:

Extrato 12:

Entrevistadora: ... Não é um espinho nas relações entre estes dois países?
FN: Bom (..) Primeiro quero agradecer à RTP (.) e à RDP África por mais uma

> vez nos dar esta oportunidade de falarmos pro mundo a partir de Lisboa desta vez (..) A este assunto eu já respondi (.) e atendendo a que estiveram presentes no ato eu acredito que a mensagem que deixamos é a mensagem (.) melhor que podíamos ter até esta altura. Porque e como viram também o Primeiro Ministro de Portugal a dizer que (.) não se misturam as coisas. Outra coisa é assuntos de Estado e muitos específicos e nós explicámos o que terá acontecido. É verdade usou o termo sequestrado, mas só sabemos que desapareceu e quando alguém desaparece pode ter muitas motivações (continua)

Na primeira questão desta entrevista, a entrevistadora questiona o presidente de Moçambique sobre as relações entre Portugal e Moçambique, mas a pergunta pressupõe a existência de problemas que decorrem das referências dos enunciados da introdução que a entrevistadora formulou com o olhar dirigido para a câmara, como vimos no excerto 5. No longo monólogo da introdução, a entrevistadora refere dois factos aparentemente contraditórios: por um lado, o discurso do Presidente de Moçambique que acabou de afirmar que as relações entre Portugal e Moçambique são excelentes e, por outro lado, o facto de continuar por explicar o desaparecimento de um português em Moçambique, categorizado pela entrevistadora como sequestro, sem que as autoridades locais tenham apresentado qualquer explicação para este desaparecimento. Na sua resposta, Felipe Nyusi, o entrevistado, não contesta os dois factos referidos, mas o facto de a pergunta da entrevistadora categorizar como sequestro o desaparecimento em Moçambique do português.

Mas reparemos que Felipe Nyusi não começa a sua intervenção respondendo à pergunta da entrevistadora, mas diz: *Bom (..) Primeiro quero agradecer à RTP (.) e à RDP África por mais uma vez nos dar esta oportunidade de falarmos pro mundo a partir de Lisboa desta vez (..)* Começa dizendo *Bom* e faz uma pausa, assinalando deste modo que a sua intervenção não é um encadeamento direto com a pergunta que a entrevistadora acabou de lhe fazer, mas uma retribuição do agradecimento que ela lhe tinha dirigido na introdução da entrevista.

Escolhi este exemplo para analisar a relação entre as questões e as respostas nas entrevistas televisivas porque ele é esclarecedor acerca da natureza da atividade interacional envolvida na sua realização. Ele mostra que o entrevistador não justifica habitualmente a formulação das questões que coloca aos entrevistados a partir de escolhas ou de interesses pessoais, mas em função de pressupostos factuais e de supostos interesses da audiência. É desta relação das questões com os seus pressupostos que o entrevistador retira habitualmente a garantia de uma atitude de neutralidade na maneira como assegura as funções de que está incumbido[2].

Os processos de categorização, tanto na constituição dos pressupostos como nos termos com que os entrevistadores e os entrevistados se referem aos problemas em questão, desempenham uma função importante na constituição desta atitude de neutralidade do entrevistador. Os pressupostos das questões, tanto podem estar explicitados nos prefácios que as introduzem, como estar subtilmente associados à própria formulação das questões através das categorizações que são utilizadas para referir os problemas sobre que incidem quer as perguntas dos entrevistadores quer

[2] Apresentei sistematicamente o funcionamento das inferências por pressuposição em particular Rodrigues 2005, pp. 155-173.

as respostas dos entrevistados. De entre os pressupostos associados à formulação das perguntas está o da ocorrência dos factos ou o da existência das pessoas, das coisas, dos estados das pessoas e das coisas acerca dos quais as perguntas são formuladas. Não admira por isso que muitas vezes o entrevistado faça incidir a sua resposta, não sobre a pergunta formulada, mas sobre os seus pressupostos. É o caso, na referida entrevista, da resposta de Felipe Nyusi. A sua resposta não incide diretamente sobre a pergunta da entrevistadora, mas sobre o seu pressuposto, uma vez que se demarca da categorização que, na formulação da pergunta, a entrevistadora faz do desaparecimento do português em Moçambique. Quando o entrevistado se demarca dos pressupostos da pergunta ou da categorização que o entrevistador faz de referências que justificam factos acerca dos quais a pergunta é formulada, deixa evidentemente de ter sentido responder à pergunta formulada pelo entrevistador.

O excerto 12 permitiu observar um caso de relação da primeira questão com os pressupostos formulados pelo entrevistador na introdução da entrevista, mas ao longo das entrevistas esta relação das questões com os seus pressupostos é muitas vezes explicitada através de prefácios que integram os turnos do entrevistador.

Considerações finais

Este texto é meramente exploratório. Limitei-me a observar alguns excertos de entrevistas e pretendi apenas mostrar, com estas observações, a pertinência da perspectiva etnometodológica para o estudo da atividade interacional das entrevistas televisivas. Gostaria agora de fazer o ponto da situação, apresentando de maneira concisa as principais descobertas a que este trabalho me levou, de modo a poder fazer algumas propostas para futuros trabalhos.

A primeira descoberta a realçar tem a ver com a natureza interacional específica das entrevistas televisivas, com o entendimento que os participantes têm do ambiente específico em que estão inseridos, decorrente do facto de este ambiente ser produzido pelo próprio dispositivo televisivo. Como vimos em vários excertos, quer o(s) entrevistador(es) quer o(s) entrevistados, tanto pelos seus comportamentos verbais, como pelos seus comportamentos para verbais e corporais, aplicam regras e obedecem a normas que decorrem do facto de jogarem com o encaixe de interações que ocorrem em vários ambientes que decorre do funcionamento do dispositivo televisivo. Os olhares e o jogo com os dispositivos pronominais são talvez os mais evidentes comportamentos que mostram como os participantes jogam com a multiplicidade de ambientes interacionais provocados pelo dispositivo televisivo. Mas as tomadas de decisão em relação à abertura e ao fecho assim como à natureza das intervenções são igualmente manifestações eloquentes da apropriação das regras da complexidade deste jogo interacional.

A segunda descoberta tem a ver com a organização sequencial da entrevista e com a consequente relevância da adoção da perspectiva etnometodológica. É deste imperativo que decorre a proposta da análise sequencial das intervenções ou dos turnos produzidos pelos participantes. Com este ponto me demarco das metodologias que partem de hipóteses interpretativas ou de análises de conteúdo das proposições, metodologias que não têm em conta a situação local dos enunciados produzidos pe-

los participantes, que não têm por conseguinte em conta nem as intervenções que os provocaram nem as intervenções que elas próprias desencadearam. É por isso que só a análise sequencial das intervenções característica da perspectiva etnometodológica é apropriada para o estudo das entrevistas televisivas.

A terceira descoberta tem a ver com a importância da observação daquilo a que alguns autores que adotam o ponto de vista etnometodológico costumam dar o nome de processo de categorização e que consiste na observação da maneira como localmente, em cada intervenção, os participantes categorizam as pessoas, as coisas, os estados das pessoas e os estados das coisas a que se referem. A relevância destes processos de categorização decorre do facto de ser deles que decorrem efeitos que têm a ver com as incumbências associadas às categorias utilizadas. Vimos que os processos de categorização não decorrem apenas da escolha das palavras; são igualmente o resultado dos comportamentos que os participantes adotam. Assim, por exemplo, o olhar em direção à câmara do entrevistador no início da entrevista categoriza o telespectador em interlocutor, processo de categorização que o próprio entrevistado compreende perfeitamente, uma vez que não responde, quando o entrevistador dirige uma saudação nessa ocasião.

A quarta descoberta decorre da natureza sequencial da análise. Em cada momento, os participantes adotam comportamentos que se inserem na sequência dos comportamentos observados em função da interpretação que eles próprios fazem daquilo que está em jogo no momento em que os observam. Vimos que nem sempre os comportamentos que adotam são aqueles que seriam esperados. Esta noção de expectativa dos comportamentos adotados por ocasião das intervenções no decurso da entrevista decorre daquilo a que damos o nome de lógica ou de organização preferencial das sequências. Vimos alguns exemplos de rupturas de expectativas e pudemos observar a sua importância para a compreensão do entendimento que os participantes nas entrevistas televisivas têm das regras interacionais específicas do ambiente em que se encontram.

Este estudo tinha um objetivo limitado e pretendia apenas formular algumas descobertas e sugestões, abrindo assim caminho e incentivando o aparecimento de futuros estudos sistemáticos, a partir da observação de um mais amplo conjunto de dados recolhidos nas televisões portuguesas.

Referências bibliográficas

Almeida, C. A. de (2012). *A construção da Ordem Interacional na Rádio. Contributos para uma análise linguística do discurso em interações verbais*. Porto: ed. Afrontamento.

Braga, D. (2006). Prós e Contras: o debate político televisivo como sub-género/sub-tipo de *interacção* verbal. *Revista Galega de Filoloxia, 7*, 29-65. Disponível em http://hdl.handle.net/2183/262

Capucho, M. F. (2004). A entrevista televisiva – espaço de co-construção da(s) identidades. *Mathesis*, 13, 253-263. doi:10.34632/mathesis.2004.3925

Clayman, S., & Heritage, J. C. (2002). *The News Interview: Journalists and Public Figures on the Air*. Cambridge: Cambridge University Press.

Drew, P., & Heritage, J. C. (Eds.). (1992). *Talk at Work*. Cambridge: Cambridge University Press.

Garfinkel, H. (2018). *Estudos de Etnometodologia*. Petrópolis: Ed. Vozes.

Gonçalves-Segundo, P. R. (2016). Argumentação e falácias em entrevistas televisivas: por um diálogo entre o modelo de Toulmin e a perspectiva textual-interativa. *Língua d'Água*, *29*(2), 69-96. doi:10.11606/issn.2236-4242.v29i2p69-96

Greatbatch, D. (1988). A turn-taking system for British news interviews. *Language in Society, 17*(3), 401-430. doi:10.1017/S0047404500012963

Jefferson, G. (2004). Glossary of transcript symbols with an introduction. In G. H. Lerner (Ed.), *Conversation Analysis. Studies from the first generation* (pp. 13-31). Amsterdam: John Benjamins.

Morales, A. P. (2013). *Marcas Conversacionais no Gênero Midiático Entrevista Televisiva* (Dissertação de Mestrado, Faculdade de Letras da Universidade Federal de Alagoas. Alagoas, Maceió).

Rawls, J. (1955). Two Concepts of Rules. *Philosophical Review*, *64*(1), 3-32. doi:10.2307/2182230

Rawls, J. (1993). *Uma Teoria da Justiça*. Lisboa: Presença.

Rodrigues, A. D. (2005). *A Partitura Invisível. Para a abordagem interactiva da linguagem* (2ª edição). Lisboa: Colibri.

Rodrigues, A. D., & Braga, A.A. (2014). Análise do Discurso e Análise Etnometodológica do Discurso. *Matrizes*, *8*(2), 117-134. doi:10.11606/issn.1982-8160.v8i2p117-134

Roth, A. (2002). Social epistemology in broadcasting news interview. *Language in Society, 31*(3), 355-381. doi:10.1017/S0047404502020262

Sacks, H., Schegloff, E. A., & Jefferson, G. (1974). A simplest systematics for the organization of turn-taking for conversation. *Language*, *50*(4), 696-735. doi:10.1353/lan.1974.0010

Sacks, H. (1992). *Lectures on Conversation* (2º Vol.). Oxford: Blackwell.

Schegloff, E. A. (2007). *Sequence Organization in Interaction. A Primer in Conersation Analysis I*. Cambridge: Cambridge University Press.

Searle, J. R. (1981). *Os Actos de Fala*. Coimbra: Almedina (original: Speech Acts, 1969).

Silverman, D. (1988). *Harvey Sacks. Social Science & Conversation Analysis*. Oxford: Oxford University Press.

Soldi, D. A (s.d.). *Programas de entrevistas: formatos e efeitos.* http://www.bocc.ubi.pt/pag/soldi-dimas-programas-de-entrevistas.pdf

Vieira, A. T. (2003). *Movimentos Argumentativos em uma entrevista televisiva: uma abordagem discursivo-interacional*. Juiz de Fora: Clio Edições Eletrônicas.

Watzlawick, P. (1996). P*ragmática da Comunicação Humana*. São Paulo: Cultrix (original: Pragmatics of Human Communication, 1967).

Watson, R., & Gastaldo, E. (2015). *Etnometodologia* & Análise da Conversa. Petrópolis: Ed. Vozes-PUC-Rio.

Nota biográfica

Professor catedrático aposentado da FCSH. Defendeu o doutoramento na Universidade de Lovaina de que foi assistente. Em 1977 integrou a Universidade Nova de Lisboa, onde fundou o Departamento de Ciências da Comunicação em 1979 de que foi coordenador até 1988. Entre 1988 e 1994 foi diretor da FCSH.

Academia: http://fcsh-unl.academia.edu/AdrianoRodrigues/CurriculumVitae

Email: adrodrigues42@gmail.com

Morada institucional: Universidade Nova de Lisboa, Instituto de Comunicação da NOVA, Av. de Berna, 26-C – Lisboa 069-061, Portugal

Agradecimento

Dedico este texto à memória de Nelson Traquina, recordando com saudade os bons momentos de diálogo que com ele tive, desde o dia em que o acolhi no ainda jovem departamento de ciências da comunicação da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.

Artigo por convite /Article by invitation/

(Página deixada propositadamente em branco)

Big Show Cristina Ferreira: emoção e entretenimento na televisão popular portuguesa

Big Show Cristina Ferreira: emotion and entertainment in Portuguese popular television

https://doi.org/10.14195/2183-5462_37_9

Carla Baptista
Universidade NOVA de Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas
Instituto de Comunicação da NOVA – ICNOVA
carla.baptista@fcsh.unl.pt

Marisa Torres da Silva
Universidade NOVA de Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas
Instituto de Comunicação da NOVA – ICNOVA
marisatorresilva@fcsh.unl.pt

Allan Herison Ferreira
Instituto de Comunicação da NOVA – ICNOVA
ahferreira@campus.fcsh.unl.pt

Resumo

Este artigo aborda a narrativa televisiva contemporânea popular a partir de uma análise do *talk show* diário apresentado por Cristina Ferreira na SIC até 17 de julho de 2020. O sucesso do *Programa da Cristina* é enquadrado de um ponto de vista histórico, estabelecendo continuidades com a obra de Nelson Traquina, *Big Show Media* (1997). Cristina Ferreira é uma celebridade da televisão popular portuguesa e constrói no seu programa uma performance de género ancorada na lógica paradoxal do pós-feminismo. A sua versatilidade é visível na transversalidade da estratégia de divulgação do programa nas redes sociais, designadamente no Instagram e no Facebook, onde se ampliam os públicos através da mobilização instrumental de outros influenciadores digitais.

Palavras-chave

televisão popular; entretenimento; género; redes sociais; Cristina Ferreira; SIC

Abstract

This article deals with the popular contemporary television narrative from an analysis of the daily talk show presented by Cristina Ferreira on the SIC channel until July 17th 2020. The success of Cristina's Program is framed from a historical point of view, establishing continuity with the work of Nelson Traquina, *Big Show Media* (1997). Cristina Ferreira is a celebrity of popular Portuguese television and builds in her show a gender performance grounded in the paradoxical logic of post-feminism.

Her versatility is visible in the transversality of the dissemination strategy of the TV program on social networks, namely in Instagram and Facebook, where the audiences are broadened through the instrumental mobilization of other digital influencers.

Keywords
popular television; entertainment; gender; social media; Cristina Ferreira; SIC

Introdução – Entreter para ganhar

A televisão popular é uma das mais fascinantes criações da humanidade. As razões pelas quais pessoas em todo o mundo continuam a sentar-se, em média, quatro horas por dia em frente à televisão para verem "programas completamente confrangedores onde nada tem pés nem cabeça e tudo faz sentir uma enorme vergonha", nas palavras de Luisa Jacobetty, citadas por Nelson Traquina (1997, p.12), são um mistério. A jornalista do antigo semanário *Independente* referia-se a um fenómeno televisivo já longínquo, o *reality show* chamado *Big Show SIC*, mas a indústria televisiva produz regularmente novos formatos que atraem milhões de telespetadores e constroem celebridades.

O Programa da Cristina, um *talk show* matinal lançado a 7 de janeiro de 2019 e que teve o seu término a 17 de julho de 2020[1], foi, à escala portuguesa, um desses exemplos. Cristina Ferreira tem uma longa e sólida carreira de apresentadora de programas de entretenimento, iniciada em 2004. A sua híper mediatizada transferência da TVI para a SIC, como protagonista do programa que leva o seu nome, empurrou a SIC para a posição de canal líder, que perdera há 12 anos. Exibido diariamente entre as 10 e as 13h, concorre na TVI e na RTP1 com formatos semelhantes e rapidamente se destacou, atraindo quase meio milhão de espetadores, um número muito superior ao dos seus competidores.

O sucesso alcançado revalorizou o espaço da manhã e deu consistência a uma estratégia de programação que passa por intensificar as ligações entre os vários períodos televisivos (manhã, tarde, *prime*, madrugada), criando continuidades e indiferenciando cada vez mais entretenimento e informação. Outro efeito foi uma alteração nos estilos comunicativos de alguns pivôs da SIC, que tendem a aproximar-se da informalidade, empatia e proximidade que popularizaram Cristina Ferreira.

No livro *Big Show Media*, publicado em 1997, em plena liderança SIC, Nelson Traquina analisou as razões do sucesso da estação-prodígio. Lançada em Outubro de 1992, em 32 meses a SIC tornou-se líder de audiências e assim se manteve até 2006, quando perdeu a "guerra" para a TVI. Através da análise das grelhas de programação, concluiu que a informação, a marca identitária e diferenciadora do projeto SIC, depressa perdeu peso para uma estratégia cujo objetivo era chegar ao top das

[1] Nesta data, Cristina Ferreira deixou a SIC para ser acionista da holding da Media Capital e diretora de entretenimento e ficção da TVI. A saída da apresentadora, cujo contrato só terminava a 30 de novembro de 2022, deixou a SIC (e o mundo mediático) em choque. Na rede social Instagram, três semanas depois, Cristina Ferreira explicou o regresso à TVI: "Sabem quando não há mais nada para fazer porque o melhor já foi feito? É isso."

audiências num curto espaço de tempo. O estudo de Nelson Traquina é claríssimo na identificação das linhas de força que conduziram a programação global da SIC:

> Redução do papel da informação; sensível reforço da presença das telenovelas; queda do papel das sitcoms e dos programas dramáticos e o aumento constante dos programas recreativos (...) a informação sofreu uma queda drástica em 1994: os 30,6% passam a 14,1% (Traquina, 1997, p. 116).

Emídio Rangel, na altura diretor de Informação e de Programação, assumiu esta orientação numa entrevista ao jornal *A Capital*, por ocasião do 3º aniversário: "Qual o problema de se fazer entretenimento pelo entretenimento? Não é crime. É um dos objetivos de qualquer televisão" (Traquina, 1997, p. 113).

O atual regresso da SIC à liderança das audiências relaciona-se com este passado recente. Nelson Traquina situa o fenómeno SIC dentro de uma conjuntura de desregulamentação da atividade televisiva em Portugal:

> O grande vencedor, pelo menos na fase em que reina a política audiovisual cavaquista [1987-1995], foi o modelo norte-americano de televisão, isto é, a primazia da televisão comercial, em detrimento do modelo tradicional, no continente europeu, da televisão de serviço público (Traquina, 1997, p. 113).

Na década de 90 do século XX, após 36 anos de monopólio da RTP, a SIC ganhou a aposta reforçando a grelha com telenovelas e programas de entretenimento adaptados de sucessos internacionais: concursos de talentos como *Chuva de Estrelas*, *reality shows* de expiação emocional, como *Perdoa-me*, *talk shows* sobre temas "polémicos" (a homossexualidade, o adultério) abordados de forma não convencional, como *Muita Lôco*, concursos onde o público participava e se deixava humilhar a troco de dinheiro, como *Não se Esqueça da sua Escova de Dentes*, o primeiro a mostrar na televisão portuguesa um nu integral masculino.

Isabel Ferin Cunha (2004) carateriza o período entre 1993-2002, como "guerra de audiências, parte I (1993-1998) e parte II (1999-2002)". No primeiro período, a SIC beneficiou da assinatura de um acordo de exclusividade com a Globo e assentou a sua estratégia na dupla telenovela brasileira-telejornal-telenovela brasileira. No segundo período, surge um "novo estilo televisivo", disputado entre a SIC e a TVI, visível em "ajustamentos internos das grelhas e nas compatibilizações externas das mesmas, em função de critérios subordinados a análises pragmáticas de rentabilização" (Cunha, 2004, p.170).

O título do livro de Nelson Traquina, *Big Show Media*, refere-se a esta mistura explosiva de bizarria, strip-tease emocional, comédias ligeiras e erotizadas, espectacularização do quotidiano e valorização da experiência do cidadão anónimo, destinada a propiciar divertimento a toda a gente. Estas tendências contagiaram os três canais existentes, gerando convergência na programação e hibridez de géneros e formatos. Eram conteúdos que os portugueses não estavam habituados a ver e, nessa medida, existiu uma certa dose de risco e inovação.

Na segunda década do século XXI, a SIC recorreu a um formato, o *talk show* apresentado por figuras carismáticas, homens e mulheres, que existe desde a origem da

televisão comercial, na década de 50 do século XX. No contexto de mediatização profunda e digitalização que marca a sociedade contemporânea, um programa que produz conteúdos esquemáticos para públicos negligenciados, durante um segmento desvalorizado por anunciantes e programadores, o *day time*, alavancou a recuperação da estação e fez da apresentadora um fenómeno de popularidade nacional.

O sucesso desta estratégia só é compreensível num contexto social, político e mediático complexo. Há 30 anos não existiam redes sociais, que hoje integram as estratégias de programação, produção e partilha dos conteúdos televisivos. As formas de consumir televisão, os discursos sobre a realidade, as representações de género, os alinhamentos políticos, as preocupações sociais, são outros.

O Programa da Cristina é um produto comunicacional complexo, que se desenvolve nos meios audiovisual e digital. Mobiliza sinergias internas, construindo momentos significativos que repercutem noutros espaços da programação, incluindo nos informativos. As redes sociais são uma plataforma suplementar onde se constroem alianças com influenciadores digitais e exploram as interações com os seguidores. O universo de figuras secundárias que desempenham papéis menores no programa traz diversidade e transversalidade ao público, alimenta processos mútuos de celebrização e reforça a formidável máquina de televendas montada pela produção.

Neste artigo, partimos de uma análise temática do *Programa da Cristina*, que decorreu durante uma semana (entre 30 de março e 3 de junho de 2020), em plena crise pandémica, procurando compreender o seu enquadramento dentro da narrativa da televisão popular. A abordagem é complementada com uma perspetiva de género, centrada na performance da apresentadora. Realizamos ainda a análise das redes sociais associadas ao programa e ao perfil de Cristina Ferreira, no Facebook e no Instagram, medindo as principais interações (seguidores, gostos, partilhas).

Televisão Popular – Narrativas culturais hegemónicas

O entretenimento televisivo é o "lugar cultural mais universal e familiar", escreveu Todd Gitlin (1979, p. 253). Os programas de entretenimento são produtos culturais, portadores de sentido e geradores de interações entre produtores e audiências. Gitlin refere que a cultura comercial, magnificada pela televisão e cristalizada numa formação que apelida "hegemonia do *prime time*", não manufatura a ideologia, antes a reproduz e amplifica. A prevalência e a padronização do entretenimento televisivo, patente na circulação global de formatos fixos franchisados que recolhem sucesso em qualquer parte do mundo, revela uma fórmula pouco permeável à mudança social. Mas, por outro lado, há uma rotação grande, os formatos, géneros e personagens acusam desgaste e obsolescência e exigem uma renovação constante. Este ciclo expõe os bens culturais à mesma lógica das mercadorias. A mudança é instrumental e fabricada para neutralizar a oposição, domesticar o conflito e manter a hegemonia.

Esta forma de exercício hegemónico caracteriza um sistema político não autoritário, o capitalismo liberal, com capacidade para integrar as formas culturais, emergentes ou residuais, que ameaçam a sua preservação. Em princípio, só o inassimilável é rejeitado. Este processo contribui para a natureza "contraditória" e complexa da cultura hegemónica, que organiza, industrializa e comodifica todos os recursos

de luta que se apresentam: discursos, representações, crenças, desejos, reparações. Todd Gitlin (1979, p. 264) dá o exemplo da cultura dominante norte-americana que, embora encoraje as pessoas a trabalharem arduamente, simultaneamente sugere que a satisfação verdadeira provém do tempo livre e do lazer. A criação de possibilidades que parecem infinitas e radicadas em escolhas autónomas fortalece a cultura hegemónica, ao mesmo tempo que vai invisibilizando as "alternativas profundas" e trivializando as tensões.

O sucesso alcançado pelo *Programa da Cristina* deve ser enquadrado nesta complexidade estrutural. Existe também uma dimensão intrínseca ao campo mediático. *Os talk shows* apresentados por figuras carismáticas celebrizadas pela televisão são quase tão antigos como a própria televisão comercial. Mas a sua estrutura narrativa foi mudando. Todd Gitlin (1979) refere como a maioria dos programas das décadas de 50 e 60 do século XX eram sobre pessoas felizes sem problemas. Nos anos 70, passaram a focar-se em pessoas infelizes com capacidade para lidarem com as suas vidas difíceis e, assim, serem felizes. A sensação de bem-estar, confiança nas ações individuais e coletivas, e partilha emocional propiciada pelo entretenimento da televisão popular, radica na promessa inalterada da felicidade como um bem maior acessível a todos. A televisão organiza e preenche a vida quotidiana com uma mistura previsível e regular de crenças, rotinas e mitos, transformando-se num guia para "ser no mundo" e contribuindo para criar o sentimento de "segurança ontológica" (Giddens, 1990). Inscreve-se como um "objeto transicional" que medeia a relação do indivíduo consigo e com os outros, conferindo agência e estrutura.

O Programa da Cristina: o presente despolitizado pelo discurso epidítico

O Programa da Cristina enquadra-se numa tradição de *talk shows* televisivos que proliferaram nos EUA na década de 90 do século XX, tornando os seus apresentadores tão populares que o título do programa é o seu nome. São exemplos Larry King, Oprah Winfrey, Jerry Springer, Rosie O' Donnell, Jenny Jones e tantos outros. O formato prevê um tema principal de discussão, seja o jornalismo, a política, as celebridades ou os escândalos sexuais; um único apresentador; vários convidados; e múltiplos momentos cómicos, musicais ou de reportagem. McKenzie (2000) caracteriza-os como "*issue oriented*", ou seja, apesar da presença carismática da figura do(a) apresentador(a), é o tema que constrói a ligação principal com os telespetadores, criando oportunidades de participação num "grande diálogo societal". Embora sejam mais baratos de produzir do que os programas jornalísticos ou de ficção, exigem um esforço considerável de pesquisa e recolha de assuntos cativantes, e um investimento na circulação dos convidados.

Em 1994, Silverstone escreveu que a televisão era cada vez mais um *medium* "numa relação" com a cultura de convergência tecnológica. O programa que analisamos prolonga a sua visibilidade e influência através de uma gestão profissional da pegada *online* e *offline*. Dentro da lógica de programação da SIC, é um espaço onde confluem outras vedetas e celebridades da estação, que são convidadas regulares ou *performers* ocasionais (podem assegurar rubricas, como a culinária, ou fazer entrevistas). Fora da SIC, alimenta o envolvimento com a comunidade de fãs

através de uma presença forte nas redes sociais, sobretudo o Instagram e o Facebook. As interações com influenciadores digitais são frequentes. Estes são recrutados em esferas diversificadas (o teatro, as telenovelas, a música) e trazem transversalidade e diversidade ao público. Beneficiam da popularidade do programa, onde uma breve aparição (cozinhar, mostrar roupa, exibir um talento particular, como decorar a casa, divulgar um livro ou outro bem cultural) tem um efeito positivo no aumento das vendas dos produtos associados. *O Programa da Cristina* funciona como uma máquina autopoiética (Luhmann, 1984), onde não há propriamente transmissão de alguma coisa, mas sim, redundância. Podemos dizer, sem ironia, que o programa comunica.

O discurso epidítico é um dos três ramos discursivos definidos pela retórica clássica (juntamente com o político e judicial). Também apelidado de "cerimonial", serve para culpar ou louvar as ações e o carácter de pessoas. O seu principal propósito não é veicular informação, mas conferir prazer, retirado da qualidade performativa do orador e da sensação de partilha afetiva gerada pelo consenso suscitado pelo tema. O foco do discurso epidítico é o presente, embora existam implicações para o futuro, dada a sua dimensão moral. As pessoas sentem-se compelidas a pensar e a agir de uma determinada forma, inspiradas pela cumplicidade que estabelecem no presente com as ações virtuosas de uma pessoa ou, pelo contrário, a repulsa que estas lhes inspiram. McKenzie (2000, p. 197) assinala como a validação factual é desenfatizada pelo género dos *talk shows*, encorajando um processo cognitivo em que o sentido se forma mais pela adesão empática às premissas da discussão do que pela exposição ao argumento.

O Programa da Cristina usa o discurso epidítico como dispositivo retórico. Os temas e os convidados têm uma ligação forte ao presente, e algumas rubricas, como a Crónica Criminal, bebem diretamente da atualidade jornalística: os crimes do dia alimentam uma conversa entre a apresentadora e os comentadores, não especialmente informados sobre os processos, mas que reproduzem uma ideologia centrada no louvor da ordem, no elogio das forças de segurança, na condenação dos magistrados que aplicam sentenças pouco punitivas e na empatia com as vítimas. Os convidados são estimulados a partilharem uma experiência de vida que suscita admiração e proximidade. Trata-se de um modelo de genuína *incrustação* na banalidade da existência humana, cuja qualidade mais palpável é, nas palavras de Silverstone (1994, p. 2), a sua "*dailiness*", ou seja, a rotinização da vida social.

Ao nível simbólico, o cenário da casa funciona como metáfora da comunidade humana, reforçando o sentimento de bem-estar doméstico, a repetição de gestos de conforto e união, como a hospitalidade da anfitriã, a partilha da comida, da conversa e das agruras da vida. Do ponto de vista pragmático, é um espaço fortemente investido pela lógica mercantil, um autêntico centro comercial, onde todos os objetos são mostrados para serem desejados e comprados, incluindo os figurinos usados por Cristina Ferreira. O ritmo do programa é pontuado pelas televendas, terminando num concurso diário onde os telespetadores podem ganhar prémios fazendo chamadas de valor acrescentado, outra fonte importante de receitas. A apresentadora conversa com os vendedores de suplementos vitamínicos e pacotes de seguros de saúde, confirmando a excelência dos produtos e encorajando a sua compra, numa estratégia agressiva de marketing direto.

Televisão Popular e Política

Durante o período de análise desta investigação, Portugal viveu sob "estado de emergência", declarado em 16 de março de 2020, devido à pandemia de Covid-19. O programa refletiu esta excecionalidade, convertendo a sua comunicação para os impactos da doença. Celebridades e figuras públicas, profissionais de saúde, trabalhadores sitiados em lares de idosos, motoristas de longo curso impedidos de chegar a casa, padres e artistas deram o seu testemunho, usando plataformas digitais, materializando uma experiência partilhada de isolamento social. Cristina Ferreira protagonizou a campanha montada pela Direção Geral de Saúde e usou o espaço do programa para difundir massivamente mensagens de apelo ao cumprimento do confinamento obrigatório. "Vamos ficar todos bem", o lema da campanha, era repetido no final das conversas com os convidados, elogiados pela sua resiliência, solidariedade e criatividade na busca de soluções produtivas para enfrentar as medidas extremas.

Foi neste contexto que o Primeiro-Ministro (PM), António Costa, se deslocou ao estúdio para ser entrevistado por Cristina Ferreira. A conversa ocorreu no dia 1 de abril e ocupou a parte final do programa. Este atingiu uma share recorde de 24,9%, sendo o 13º mais visto do dia, e a edição que atingiu o maior número de telespetadores desde a sua existência, uma média de 710 mil. Segundo a análise de audiências da agência Universal McCann, os concorrentes *Você na TV* (audiência média de 286 mil telespetadores e um share de 10,2%) e *Praça da Alegria* (audiência média de 274 mil telespetadores e um share de 9,9%), foram deixados bem para trás[2].

Cristina Ferreira entrevista regularmente políticos, criando sinergias entre o entretenimento e a informação que caracterizam a política de programação da SIC. No caso da entrevista ao PM, excertos editados, sem menção ao lugar original de produção, foram retransmitidos nos programas informativos da estação, incluindo no *Jornal da Noite*, e divulgados por outros órgãos de comunicação social. António Costa revelou no *Programa da Cristina* medidas políticas de interesse geral, relacionadas com a mitigação dos efeitos da perda de emprego causada pela pandemia. Foi despudoradamente elogiado pela sua prática governativa, uma situação improvável numa entrevista jornalística, onde o questionamento de políticos é marcado por um tom confrontativo, adversarial, com recurso ao contraditório e exigindo a demonstração de competência e prova (Clayman & Heritage, 2007).

Na entrevista realizada por Cristina Ferreira, desobrigada do cumprimento da deontologia jornalística, as dimensões humanas (o homem, o marido, o pai) conjugaram-se com as dimensões públicas (o governante, o líder político). Trata-se de um produto típico da esfera da comunicação política mediatizada, nos moldes definidos por Mário Mesquita (1995), com ganhos para os envolvidos: Cristina Ferreira creditou uma performance versátil; António Costa beneficiou da relação amigável com a televisão popular. Ao contrário de Walter Mondale, candidato derrotado nas eleições presidenciais norte-americanas de 1984 (nas quais ganhou Ronald Reagan), consegue "olhar as pessoas nos olhos" e passar mensagens "sérias" em programas de entretenimento": "Modern politics requires mastery of television. I think you know I've never warmed up to television, and it's never warmed up to me. I like to look people in

[2] https://www.dinheirovivo.pt/empresas/costa-foi-ao-programa-da-cristina-foi-o-mais-visto-do-ano/

the eye. There's something about television I've never been comfortable with"[3] (citado por Denton, 1998, p. 7).

O impacto da popularização da política e, em particular, a sua convivialidade com o entretenimento televisivo, é um tema de estudo consolidado. Tereza Capelos e Doris Graber (2009) consideram que a presença de políticos em *talk shows* e programas de entretenimento aumenta a participação dos cidadãos na política e o escrutínio das elites. Nesse sentido, contribuem para aumentar o "QI cívico". Num estudo baseado em entrevistas a telespetadores em 3 países – Estados Unidos, Holanda e Grécia – as autoras concluem:

> We find that exposure to TV dramas leads to the acquisition of political insights and practical information and affects viewers' discussion patterns. In addition, we show that the content of the shows informs viewers' political opinions and allows them to draw parallels between their own lives and the political realities in other countries[4] (Capelos & Graber, 2009, p.1)

Capelos & Graber baseiam a sua convicção nos benefícios da "conversa social" que acontece após a exposição aos programas. A televisão popular tem a capacidade de gerar sensações de "*togetherness*" de uma forma mais eficaz do que a informação. Reconhecendo este potencial, consideramos que há um lado problemático na "comunidade política" informal gerada pela televisão popular. O ideal de cidadania promovido pelo *Programa da Cristina* será adequado a uma democracia moderna, marcada pela ausência de um "bem comum substantivo" (Mouffe, 1992) e pela indeterminação e incerteza? A invisibilização do conflito gera uma opacidade mistificadora mais propícia à recuperação da figura do cidadão-consumidor do que do cidadão-iluminado.

Pós-feminismo, domesticidade e muita emoção

O processo de comunicação mediática é uma arena importante na forma como os significados de género são continuamente negociados, reforçados e/ou desafiados – e, uma vez que os textos e imagens mediáticas têm impacto a nível cultural, social e político, exercem uma influência crucial no modo como a identidade é (re) construída e na maneira como as masculinidades e feminilidades (normativas) são representadas (Santos, Cerqueira, & Cabecinhas, 2018, pp. 3-4). É a partir deste prisma que nos propomos avaliar a performance de Cristina Ferreira no (e a partir do) seu programa, partindo de uma lente marcada pelos estudos feministas de media.

O percurso fulgurante de Cristina Ferreira pode ser visto como uma demonstração clara de uma sensibilidade pós-feminista que se baseia na ideia romantizada de "*empowerment*" e que coloca a ênfase no individualismo, operando em consonân-

---

[3] Em tradução livre: "A política moderna exige o domínio da televisão. Eu acho que você sabe que eu nunca me senti confortável com a televisão, nem ela comigo. Eu gosto de olhar as pessoas nos olhos. Há algo na televisão com o qual eu nunca me senti confortável."

[4] Acessível em https://ecpr.eu/Filestore/PaperProposal/56abe3e8-2d1c-4d3c-9733-98c15188323a.pdf

cia com a retórica de uma imagem permanentemente trabalhada a nível mediático, assente nas ideologias liberais da escolha individual e na ideia de liberdade pessoal (Silveirinha, 2012, p. 96): "a de mulheres com liderança, fortes e determinadas, mas, acima de tudo, sensuais (e femininas)" (Souza, 2017, p. 81). Cristina Ferreira seria, assim, a prova cabal de que as mulheres podem ter (e ser) tudo: é apresentadora de televisão, é uma empresária de sucesso, tem uma revista e livros publicados, foi eleita por várias vezes a "mulher mais sexy de Portugal" e, de acordo com o estudo "Figuras Públicas e Digital Influencers", realizado pela Marktest em 2019, é a mulher mais influente do país, com mais de um milhão de seguidores só no Instagram.

Em entrevista ao jornal *Público*, por ocasião do lançamento de *O Programa da Cristina*, e ao assumir a igualdade de género como causa, a própria converge na ideia de um *feminismo de carreira*:

> Essa [a igualdade de género], faço-a constantemente só pelas minhas acções, pela forma como mostro que se pode ser mulher e conseguir chegar onde queremos. É muito mais fácil para um homem do que para uma mulher e eu gosto de expressar essa mensagem de que não: também pode ser feito com mulheres sem haver qualquer tipo de negligência em relação à família e aos filhos. O meu filho tem tanta ou mais atenção do que o de uma mãe que tem trabalho das nove às cinco, certinho, e um fim-de-semana tranquilo (Wong & Lopes, 2019).

É um conceito de feminismo que visa libertar a mulher (enquanto indivíduo) num mundo dominado por homens – e não propriamente libertar as mulheres ao transformar a sociedade e a hegemonia das estruturas patriarcais – sublinhando a necessidade de tomarem controlo das suas vidas e atreverem-se a ser o que quiserem (Lachover, 2013, pp. 125-126).[5]

Essa visão cruza-se naturalmente com um percurso biográfico sobejamente replicado em entrevistas e no seu próprio programa, como alguém que veio "de baixo" (Cristina Ferreira fala frequentemente da sua infância na Malveira e da sua experiência como feirante[6]) e que é um exemplo de superação individual[7]. Partindo da pers-

---

[5] Aquando da sua híper mediatizada saída da SIC para a TVI, a 17 de julho de 2020, Cristina Ferreira usou o seu perfil no Instagram, no dia 7 de agosto, para falar mais uma vez de questões de género, assumindo a ambição de querer ter poder de decisão e, por outro lado, a dualidade de critérios com que esse desejo é visto sendo mulher, referindo-se aos ataques misóginos de que foi alvo nas redes sociais. "É ambição? É. Vou ganhar mais dinheiro? Vou. Tenho mais poder? Tenho. E sabem que mais? Sou mulher (...). A nenhum homem, quando muda, são atribuídas as palavras 'ganância', 'traidor' ou 'sedento de poder'. Num homem é crescimento. Talvez por isso me tenham dito, nos últimos tempos, que tenho uns grandes tomates. Deixem-me dizer-vos que não. Tenho mamas e uma vagina."

[6] Na emissão do *Programa da Cristina* de 31 de março de 2020, ao entrevistar dois feirantes que assistiram à paralisação das suas atividades devido à crise pandémica, Cristina Ferreira recorda as suas origens e a experiência passada nas feiras ("Eu sei o que é estar ali, com o público que vai à nossa banca semanalmente"); ou, quando o seu parceiro de programa Ben a apelida de "vidrinhos" porque ficou com o nariz a pingar depois de ter apanhado chuva, reage de imediato: "Cala-te que eu sou do campo! Do campo alguém é vidrinhos? Estás a brincar... Cala-te! Está a chover e a gente de chinelo no pé..."

[7] O sociólogo Jules Naudet, em seu artigo *Devenir Dominant* de 2002, expõe como os membros já integrados às elites económicas, intelectuais ou burocráticas tendem a valorizar suas

petiva dos estudos sobre a cultura das celebridades, Cristina Ferreira consubstancia, aliás, a capacidade de ascensão social cujo mérito é, igualmente, reconhecido pelos outros, simbolizando por isso o significado cultural e social que é atribuído à individualidade (Jorge, 2009, p. 169).

A escolha hegemónica de papéis e identidades de género convencionalmente atribuídas a mulheres e a homens está muito patente na esfera do entretenimento, com representações que atualmente assumem contornos diversos (Carvalho & Santos, 2020, p. 123). No *Programa da Cristina*, a presença (silenciosa e passiva) do seu *side-kick* Ben[8] poderia indiciar uma subversão de uma imagem de masculinidade hegemónica que assenta na ideia de racionalidade, de controlo das emoções e de domínio (mantendo, porém, uma representação heteronormativa e, até podemos dizer, hipersexualizada). Cristina é *a* dona d*a* casa, é ela que manda e dá ordens a Ben. É, por sua vez, Ben que desempenha algumas das tarefas associadas à ideia tradicional de feminilidade – como, por exemplo, cozinhar ou arrumar a casa e as compras. Por outro lado, Cristina explora fortemente o papel de adorno (ao nível da sua função no programa e, também, da sua imagem) de Ben quando, na emissão de 3 de abril, concretiza uma decisão que tinha tomado no programa de 30 de março: pintar-lhe o cabelo em direto (ao mesmo tempo que empreende uma despudorada publicidade a uma marca de cosmética).

Se poderíamos eventualmente indiciar aqui uma representação mais matizada no que respeita a papéis de género convencionais – mas que, por outro lado, não implica, de todo, uma desestabilização da ordem social dominante – o mesmo não podemos dizer da dinâmica do próprio programa e, também, da performance de Cristina Ferreira. A encenação de domesticidade (que, aliás, encaixa na perfeição num determinado ideal de feminilidade, confinado ao espaço doméstico) é aqui central. Em entrevista ao jornal *Público*, Cristina Ferreira assume:

> Eu sou a dona *da* casa, sendo que sou dona de casa também porque a casa sendo minha... (...). Quando passámos a ideia ao arquitecto, dissemos 'não queremos um estúdio que pareça uma casa; nós queremos uma casa que pareça um estúdio (Wong & Lopes , 2019).

Essa encenação perpassa por várias instâncias do programa, na maneira como Cristina Ferreira se move pelo estúdio, do balcão da "cozinha" ao espaço da "sala de estar", onde conversa e recebe os seus convidados, que inclusive tocam à campainha para entrar. Cristina Ferreira é uma *self-made woman* que mobiliza uma construção do aparato privado e íntimo como palco de visibilidade mediática. Essa simulação de entrada do espetador na esfera da domesticidade é constantemente trabalhada ao longo das emissões – quando Cristina troca as suas sandálias de salto alto por chinelas, quase no final do programa, ou quando uma emissão arranca com Cristina sentada no balcão da "cozinha", enquanto conversa com Ben, que está a descascar

---

origens simples ou de situação de pobreza quando consideram suas posições sociais seguras o suficiente para maior exposição autobiográfica.

[8] Rúben Vieira, ex-assistente de realização do programa e agora co-apresentador, depois da saída de Cláudio Ramos para a TVI, em fevereiro de 2020.

uma banana para comer, e se "apercebe" que já está no ar, dizendo: "Estávamos aqui sossegadinhos, os dois, à espera de si... Bom dia!"

A diluição da distinção entre público e privado é também viabilizada através de uma exuberância da intimidade, em que as emoções – em particular o choro catártico – têm um papel crucial. Nos últimos anos, com efeito, a chamada "viragem emocional" no âmbito dos estudos de media tem procurado colocar em destaque o modo como as emoções e o afeto circulam na ecologia mediática atual, para o "bem" (por fomentarem compaixão e tornarem visíveis experiências vividas individuais) mas também para o "mal", enquanto ferramenta de ódio e de exclusão (Wahl-Jorgensen, 2019, p. 2).

No caso do *Programa da Cristina*, a dimensão de afetividade, na ótica de uma ética do cuidado (Camponez, 2014), pode ser vista como uma estratégia deliberada no âmbito da economia política dos media, no sentido de maximização das audiências, mas também pode, em alguns momentos, ser promotora de um maior envolvimento cívico (Silveirinha, 2016, p. 129).

> Também de um ponto de vista feminista, os novos formatos [imprensa tablóide, *talk shows*] podem constituir um meio valioso de interessar as audiências por questões políticas que de outra forma seriam excessivamente abstractas (...). Ao analisar os potenciais de politização e despolitização dos diferentes formatos e estilos mediáticos que combinam o pessoal e o político [Myra MacDonald] conclui que a personalização e a caracterização de personalidades na imprensa apelam à nossa empatia, implicando-nos num imaginário capaz de nos levar além da nossa experiência individual (Silveirinha, 2006, p. 83).

O tema do cuidado e das cuidadoras esteve aliás presente na emissão de 31 de março, através do relato das experiências quotidianas de uma cuidadora de um casal de idosos e de uma trabalhadora de um lar da Misericórdia, em tempo de confinamento pandémico. Ironicamente, logo de seguida, a rubrica Crónica Criminal centrou-se na insolvência de lares e no despejo de idosos, no Cartaxo.

Por outro lado, e se podemos, no *Programa da Cristina*, indiciar maiores oportunidades para a visibilidade de questões da esfera íntima e privada no espaço público mediatizado – como, por exemplo, temáticas como a violência doméstica ou a violência sexual, ainda que a sua discussão surja como profundamente individualizada e privatizada, porque não há política no pessoal neste tipo de análises (Silveirinha, 1998, p. 10) – verifica-se simultaneamente um fechamento da representação feminina no quadro da cultura mediática pós-feminista, muito ligada ao consumo. A vigilância sobre o corpo feminino é um desses vetores: nos discursos contemporâneos sobre género nos media, "o corpo é apresentado como a fonte de poder da mulher e, como sempre, desde logo desorganizado, requerendo por isso monitorização, vigilância, disciplina e transformação (...) constantes, de modo a conformar-se aos juízos de valor redutores sobre a atratividade feminina" (Gill, 2007, p. 149). Em mais um movimento de convocação do espetador para a sua intimidade, Cristina Ferreira mostra, aparentando indignação, a visibilidade dos seus cabelos brancos, "ainda por cima brilhantes". Poderia até ser oportunidade para um *statement* contrariador das normas estritas do julgamento sobre a beleza feminina – mas, logo de seguida, publicita uma marca de coloração, para "disfarçar as raízes".

Redes sociais - A imagem pessoal como locomotiva de marketing

Partindo da perspetiva do bem cultural como mercadoria que vigora na economia capitalista liberal, um modelo de *talk show* tradicionalmente americano como *O Programa da Cristina*, esquematizado de forma a alcançar a audiência das massas, adaptou-se à realidade das redes sociais a fim de sustentar e fortalecer a adesão empática de seus espetadores e estreitar a comunicação com eles, criando uma sensação extra de intimidade do cidadão comum com a celebridade. A publicação de fotos e vídeos de curta duração realizada em simultâneo ao programa televisivo na rede social – como se fora a própria Cristina Ferreira a postar suas *selfies* enquanto realiza atividades quotidianas – permite que o público interaja com os temas apresentados e com os participantes e entrevistados por meio de comentários, atribuição de *likes* e, ao mesmo tempo, impulsione a audiência assíncrona do programa, extrapolando os limites da transmissão televisiva.

A importância dada a esse impulsionamento de audiência fica evidente quando se percebe que os perfis destinados a esta finalidade são geridos por uma equipa especializada em publicidade nas redes sociais e na web. O posicionamento do nome da apresentadora no *ranking* de buscas da ferramenta Google, bem como o seu perfil pessoal nas redes sociais, são administrados e monitorizados amiúde, oferecendo aos seguidores um conteúdo selecionado e controlado dos programas. Uma parte da estratégia para atrair o público mais utilizador das redes sociais, amplamente utilizada como ferramenta de divulgação, é contar com a participação dos influenciadores digitais. Cristina Ferreira é a segunda maior influenciadora digital portuguesa. O seu perfil pessoal, *DailyCristina*, é uma extensa vitrina no Instagram para acessórios, roupas, bijuterias, livros e revistas com sua assinatura.

O papel dos influenciadores digitais vem ganhando importância desde o início dos anos 2010 e o peso destes é mensurado pelo mercado publicitário de acordo com a quantidade de utilizadores e o volume de interações que são capazes de mobilizar entre os seus seguidores. Em volume de utilizadores ativos o Instagram não alcança os números da plataforma Facebook, que é proprietária da marca Instagram, nem de plataformas como o YouTube e o WhatsApp. Ainda assim, se o número de utilizadores do Instagram fosse comparado à lista de países mais populosos do mundo, este só perderia para a China e para a Índia. Um conjunto de pesquisas sobre a demografia da plataforma Instagram foi sintetizada por Mansoor Iqbal (2020). O seu artigo permite conhecer alguns dos fatores críticos que tornam o Instagram um paraíso dos influenciadores digitais. Em média, utilizadores do Instagram utilizam entre 25 a 32 minutos por dia na plataforma (os mais jovens tendem a gastar mais tempo utilizando o aplicativo). Os mais de mil milhões de usuários representam um mercado consumidor diferenciado devido à combinação do alto impacto visual e sintético dos conteúdos publicados nessa plataforma onde a maioria absoluta das publicações são de fotografias (73,5%) ou vídeos (13,7%)[9].

O Instagram é uma plataforma conhecida do público português. A lista mundial de contas com maior número de seguidores é encabeçada por Cristiano Ronaldo que no primeiro semestre de 2020 registava mais de 225 milhões de seguidores. Os números de Cristina Ferreira por meio de sua conta *DailyCristina*, com pouco menos de 1,3 mi-

[9] O restante das publicações deriva de aplicativos diversos integrados à plataforma e sempre estão relacionados ao apelo visual.

lhão de seguidores, parecem até modestos quando comparados com as do campeão de futebol, mas é necessário considerar que a projeção do primeiro é de escala global, enquanto que o de Cristina é de alcance essencialmente nacional.

Cristina Ferreira utiliza uma estratégia comum no meio das celebridades para atuar nas redes sociais: a apresentadora mantém um perfil social desenhado cuidadosamente para a atividade nas redes sociais, separado do perfil utilizado para relações familiares e amizades próximas. Além do perfil dedicado à sua identidade de apresentadora (*DailyCristina*), mantém um perfil separado para o seu programa nas redes sociais Instagram e Facebook. Já para a identidade pessoal da apresentadora são mantidos perfis nas duas plataformas e também no Twitter. No início do período de recolha de dados sobre as redes sociais ligadas ao *Programa da Cristina* ficou patente o peso da sua rede social no Instagram em comparação com o Facebook. A página do Facebook do programa tinha pouco mais da 188 mil seguidores, metade do volume de seguidores do perfil do programa no Instagram (339 mil)[10]. Este dado serviu de critério para a concentração da análise das atividades do programa na plataforma Instagram de redes sociais digitais.

Quando os perfis da apresentadora e do programa são comparados em relação ao volume e evolução do número de seguidores no Instagram fica mais nítida a diferença de proporções de alcance nas redes sociais entre a personagem e o produto televisivo. Em 02 de abril de 2020, as duas contas de perfil (do programa e da apresentadora) apresentaram respetivamente os seguintes números de publicações: 2.241 (programa) e 7.815 (apresentadora). O número de seguidores do perfil do programa era de 0,34 milhão contra 1,2 milhões de seguidores no perfil da apresentadora; enquanto o perfil do programa seguia outras 4 contas, o perfil de Cristina seguia outros 947 perfis. Estes dados ajudam a observar como o perfil de figura pública de Cristina Ferreira é maior em comparação com o perfil do programa.

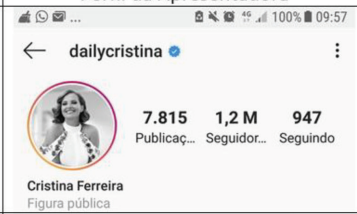
	Perfil do Programa	Perfil da Apresentadora
02 de abril de 2020		
11 de junho de 2020		

Figura 1: Diagrama para análise comparativa da evolução dos indicadores da rede social Instagram para os perfis do Programa da Cristina e de sua apresentadora - elaboração própria
Fonte: Conta do programa e da apresentadora no Instagram –02/04/2020 e 11/06/2020

[10] Dados de redes sociais obtidos por meio das plataformas Facebook e Instagram atribuídas ao Programa da Cristina: acesso em 29-03-2020.

A conta do programa em 11 de junho de 2020 (10 semanas ou 70 dias após a primeira vaga de recolha de dados) apresentou um total de 2.565 publicações e mantinha 352 mil seguidores. Houve no período um aumento de 14,5% na quantidade de publicações (média de 4,6 por dia – incluindo finais de semana) e aumento de 3,5% na quantidade de seguidores (média de 170 por dia).

	Programa				Apresentadora			
	Abril	Junho	Cres por Dia	Crescimento	Abril	Junho	Cres.por Dia	Crescimento
Publicações	2241	2565	4,6	14,5%	7815	8094	4,0	3,6%
Seguidores	0,34	0,352	171	3,5%	1,2	1,3	1429	8,3%
Seguindo	4	4	-	0,0%	947	998	0,7	5,4%

Tabela 1- Comparativo entre os números de publicações, seguidores e pessoas a seguir das contas do Programa da Cristina e da apresentadora
Fonte: Instagram – de 29/3 a 11/06 – elaboração própria

Cristina Ferreira atua nas redes sociais principalmente por meio do perfil *DailyCristina* que está registado nas principais plataformas de media sociais digitais[11] como o Instagram, o Facebook e o Twitter. A tabela abaixo permite observar os dados de tráfego e associações em cada uma das plataformas em março de 2020:

Plataforma	Seguidores	Gostos (Likes)	A seguir	Seguidores
Facebook (página)	434 mil	434 mil		
Instagram	1,2 mihão		939	7,8 mil
Twitter	23 mil		11	

Tabela 2 - Dados das contas nomeadas como DailyCristina nas redes sociais - elaboração própria
Fonte: Conta DailyCristina nas redes sociais Facebook, Instagram e Twitter, acesso em 29-03-2020

Os dados das principais redes sociais digitais (ou virtuais) do programa e da apresentadora, quando comparados, permitem constatar que a marca pessoal *DailyCristina* tem peso muito superior ao do programa (conforme se observa nas tabelas acima). No Facebook, o perfil da apresentadora agrega mais que o dobro de seguidores em comparação com a página do programa. No Instagram, a proporção é de 3,5 vezes mais seguidores para o perfil da apresentadora em comparação com o perfil do programa. Estes dados podem indicar o peso da imagem pessoal para o sucesso do programa, que fez com que a contratação de Cristina Ferreira pela SIC fosse das mais caras na história da televisão portuguesa. Também nos leva a constatar que a imagem pessoal da apresentadora empresta prestígio ao programa, agregando audiência e atraindo consumidores para os anunciantes do canal. Ao compararmos publicações similares feitas entre as contas do programa e da apresentadora chegamos ao seguinte gráfico (em escala logarítmica):

[11] Perfil nas redes sociais: https://www.instagram.com/dailycristina/ , https://twitter.com/dailycristina , https://www.facebook.com/Daily.Cristina.blog/

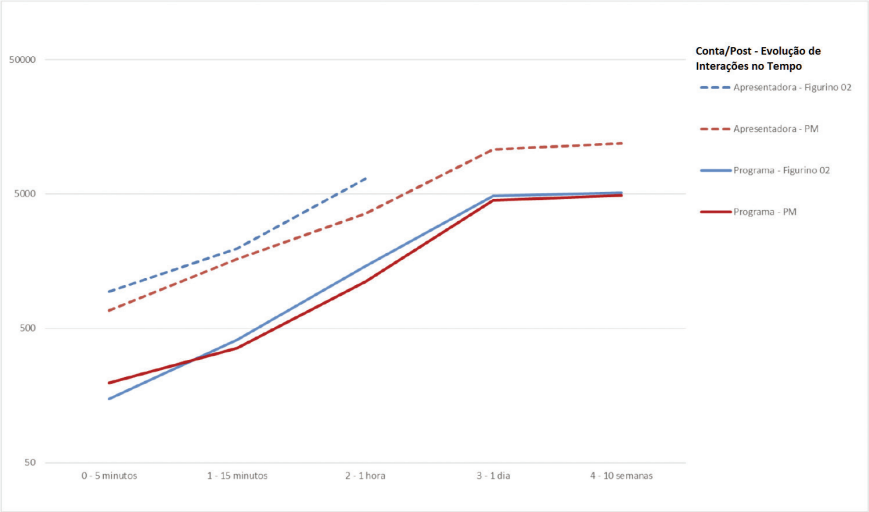


Figura 2: Comparação de publicações similares (mesmas cores) feitas pelas contas do Programa da Cristina e da apresentadora (mesmos tipos de linhas) – em escala logarítmica para observação da evolução ao longo do tempo
Fonte: Instagram – de 29/3 a 11/06 – elaboração própria

Os dados exibidos no gráfico acima permitem observar que o comportamento de interação dos seguidores da conta do programa e da conta da apresentadora no Instagram é similar em relação ao mesmo tema (seja sobre o Primeiro Ministro – em linhas vermelhas, seja sobre o figurino da apresentadora – em linhas azuis) e que temáticas tão distintas quanto a prosaica definição do figurino e a receção do líder do governo acabam por rivalizar em total de interações (*likes*). No caso da visita do PM ao programa na qualidade de entrevistado, que na audiência televisiva teve um share recorde de 24,9%, a postagem relativa à visita no Instagram perdeu por ligeira vantagem para a postagem sobre o figurino de Cristina, tanto na publicação feita pela conta da apresentadora, quanto na publicação feita pela conta do programa.

A diferença entre a audiência da televisão e a do Instagram ao mesmo conteúdo permite que se levantem algumas hipóteses, tais como: i) o público do programa televisivo não é o mesmo público da conta do programa no Instagram, e portanto, regista uma diferença de interesses e preferências; o público do Instagram que segue o perfil da apresentadora tende a ser formado mais especificamente por admiradores da celebridade Cristina Ferreira; ii) os utilizadores do Instagram, por já estarem mais familiarizados com as redes sociais, têm contacto frequente com publicações do Primeiro Ministro através das suas contas no Instagram e também no Twitter, onde é bastante ativo, levando a que a entrevista mais intimista com o Primeiro Ministro não tenha sido para eles uma novidade; iii) a participação do PM no *Programa da Cristina* repercutiu com publicações dispersas por diversas contas nas redes sociais, e não só por conta do programa da Cristina, sendo provável que a sua audiência tenha acompanhado esse padrão disperso.

Todos esses mecanismos que circundam e dão suporte ao constante esforço dos programas televisivos para alcançar mais audiência são fruto de adaptações que a cultura hegemónica impõe a seus produtores, uma vez que utiliza para a oferta de bens culturais a mesma lógica da oferta de mercadorias. Os bens culturais são transformados em produtos industrializados ou *commodities* de modo a expandir ao máximo o seu público, e consequentemente, seus lucros.

Conclusão

Neste artigo procuramos situar o sucesso alcançado pelo *Programa da Cristina* no contexto de reativação de um formato antigo da televisão popular – o *talk show* matinal protagonizado por uma figura carismática. O programa prolonga, no essencial, as características do formato original, designadamente, a despolitização dos conteúdos, a busca de consensos gerados por uma apresentação esquemática de diferenças sempre resolúveis e o reforço positivo da crença, típica da ficção popular, de que "vai ficar tudo bem". Esta frase, transformada em slogan da campanha cívica que mobilizou os portugueses para adotarem os comportamentos impostos pela situação de confinamento causada pela pandemia de Covid-19, foi amplamente repetida na semana que analisamos. Nesse sentido, o programa foi um valioso coadjuvante na criação de uma perceção coletiva favorável ao respeito pelo confinamento. A frase metaforiza a ideologia que orienta a lógica da televisão popular, sustentada pela opacização do conflito que atravessa as sociedades e pela mitigação dos dilemas (éticos, políticos, económicos) que separam e dividem as várias comunidades.

A condição de espetador trabalhada pela televisão popular opera na direção oposta, a da amálgama e da partilha. *O Programa da Cristina* usa um tom emocional para gerar efeitos afetivos e constrói a maioria das suas rubricas na base de testemunhos, histórias de vida e comentários ligeiros sobre situações do quotidiano e pessoas anónimas. Salientamos a forma como são potenciados dois eixos de divulgação e reforço das audiências característicos do ambiente digital em que vivemos. Por um lado, o programa mantém um diálogo aberto com outros espaços da estação de televisão. Em função do seu interesse ou popularidade, conteúdos gerados pelo programa podem reverberar ao longo do dia, incluindo no *Jornal da Noite*. Por outro, as redes sociais são alimentadas de forma estratégica para aumentarem a transversalidade dos públicos cativados pelo programa. O fechamento no espaço da casa que abriga a maioria das interações, com escassos momentos de reportagem realizados no exterior, é contrariado pelo simulacro do desdobramento. As divisões são habitadas e investidas do modo expectável (a cozinha para a comida e as conversas, a sala para receber convidados, o quarto para as frequentes mudanças de roupa e alguma erotização dos comportamentos entre a apresentadora e o seu parceiro de programa), simulando a partilha íntima e quase fusional com o quotidiano da apresentadora. Cristina Ferreira constrói uma personagem compósita, que integra e dissolve os paradoxos do pós-feminismo: é uma rainha doméstica, uma celebridade familiar, uma empresária-mãe, uma diva afetuosa, uma entrevistadora versátil, que circula com fluência entre os anónimos e os poderosos.

Referências bibliográficas

Camponez, C. (2014). Between truth and respect – towards an ethics of care in journalism. *Comunicação e Sociedade*, *25*, 110 – 123. doi:10.17231/comsoc.25(2014).1864

Capelos, T., & Graber, D. (2009, April 14-18). *The Impact of Popular TV Drama Shows on Political Information Acquisition and Civic QI*. Paper presented at the ECPR Joint Workshop Sessions. Lisbon, Portugal. Retrieved from https://ecpr.eu/Filestore/PaperProposal/56abe3e8-2d1c-4d3c-9733-98c15188323a.pdf

Carvalho, A., & Santos, S. J. (2020). Media e Masculinidades. In T. Santos e T. Rolino (Eds.), *EquiX - Manual de Promoção de Igualdade de Género e de Masculinidades Não-Violentas* (pp. 121-137). Coimbra: Centro de Estudos Sociais e Promundo-Portugal.

Clayman, S., & Heritage, J. (2007). When Does the Watchdog Bark? Conditions of Aggressive Questioning in Presidential News Conference. *American Sociological Review*, *72*(1), 23–41. doi:10.1177/000312240707200102

Cunha, I. F. (2010). Audiências e recepção das telenovelas brasileiras em Portugal. *Comunicação, Mídia e Consumo, 7*(20), 91-118. doi:10.18568/cmc.v7i20.206

Cunha, I. F. (2004). Telenovelas brasileiras em Portugal: indicadores e aceitação e mudança. In M. I. V. de Lopes (Org.), *Telenovela: Internacionalização e Interculturaliade* (pp.169-204). São Paulo: Loyola.

Denton, R. E. Jr. (1988). *The primetime presidency of Ronald Reagan: the era of the television presidency*. New York, Westport, London: Praeger.

Giddens, A. (1990). *The Consequences of Modernity.* Cambridge: Polity Press.

Gill, R. (2007). Postfeminist media culture: *Elements of a sensibility. European Journal of Cultural Studies*, *10*(2), 147–166. doi:10.1177/1367549407075898

Gitlin, T. (1979). Prime Time Ideology: The Hegemonic Process in Television Entertainment. *Social Problems*, *26*(3), 251-266. doi:10.2307/800451

Iqbal, M. (2020). *Instagram Revenue and Usage Statistics 2020.* Business of Apps. Retrieved from https://www.businessofapps.com/data/instagram-statistics/

Jorge, A. (2009). Celebridades no Feminino: mulheres célebres em revistas femininas de estilo de vida portuguesas. *Estudos em Comunicação,* 6, 167-188.

Lachover, E. (2013). Influential Women: Feminist Discourse in Women's Business Magazines—The Case of Israel. *Communication, Culture & Critique, 6*(1), 1121-141. doi:10.1111/cccr.12005

Luhmann, N. (2016). *Sistemas Sociais. Esboço de uma Teoria Geral*. São Paulo: Editora Vozes.

McKenzie, R. (2000). Audience Involvement in the Epideictic Discourse of Television Talk Shows. *Communication Quarterly*, *48*(2), 190-203. doi:10.1080/01463370009385590

Mesquita, M. (1995). Tendências da Comunicação Política. *Revista de Comunicação e Linguagens*, 21-22.

Mouffe, C. (1992). *Dimensions of Radical Democracy - Pluralism, Citizenship, Community.* London: Verso.

Santos, A., Cerqueira, C., & Cabecinhas, R. (2018). "Challenging it softly": a feminist inquiry into gender in the news media context. *Feminist Media Studies, Online first*, 1-18. doi:10.1080/14680777.2018.1465445

Silveirinha, M. J. (2016). Sensitive to others: emotions, care and gender in the construction of news. In C. Cerqueira, R. Cabecinhas, & S. Magalhães (Eds.), *Gender in focus: (new) trends in media* (pp. 125-140). Braga: CECS.

Silveirinha, M. J. (2012). Repensar as políticas públicas sobre as mulheres e os media – ou do quão cruciais são os estudos feministas da comunicação. *Ex-Aequo,* 25, 91-104. Disponível em http://www.scielo.mec.pt/pdf/aeq/n25/n25a08.pdf

Silveirinha, M. J. (2006). Obliterando o "político": o "pessoal" no espaço público mediatizado. *Ex-Aequo,* 14, 67-92. Disponível em https://exaequo.apem-estudos.org/artigo/obliterando-o-politico

Silveirinha, M. J. (1998). O discurso feminista e os estudos dos media: em busca da ligação necessária. Universidade de Coimbra. Disponível em http://www.bocc.ubi.pt/pag/silveirinha-maria-joao-discurso.pdf

Silverstone, R. (1994). *Television and Everyday Life*. London, New York: Routledge.

Souza, J. M. (2017). Feminina e não feminista: a construção mediática do backlash, do consumo e dos pós-feminismos. *Media & Jornalismo*, *17*(30), 71-83.doi:0.14195/2183-5462_30_5

Traquina, N. (1997). *Big Show Media. Viagem pelo mundo do audiovisual português*. Lisboa: Editorial Notícias.

Wahl-Jorgensen, K. (2019). Questioning the Ideal of the Public Sphere: The Emotional Turn. *Social Media + Society*, *5*(3), 1-3. doi:0.1177/2056305119852175

Wong, B., & Lopes, M. (2019, janeiro 13). Cristina Ferreira: "Por que é que a elite se entende superior ao povo?". *Público*. Disponível em: https://www.publico.pt/2019/01/13/impar/entrevista/elite-entende-superior-povo-1857607

Notas biográficas

Carla Baptista é Professora Associada do Departamento de Ciências da Comunicação da NOVA FCSH. Coordena o GI media e Jornalismo do ICNOVA – Instituto de Comunicação da NOVA e é sub-diretora da revista *Media & Jornalismo*.

Ciência ID: FF1B-13F5-CE58

ORCID iD: 0000-0002-8188-3567

Scopus Author ID: 57189266192

Email: carla.baptista@fcsh.unl.ptt

Morada institucional: Universidade Nova de Lisboa, Instituto de Comunicação da NOVA, Av. de Berna, 26-C – Lisboa 069-061, Portugal

Marisa Torres da Silva é Professora Auxiliar do Departamento de Ciências da Comunicação da NOVA FCSH. É investigadora do ICNOVA – Instituto de Comunicação da NOVA e é sub-diretora da revista *Media & Jornalismo*.

Ciência ID: E811-91FA-DC5E

ORCID iD:0000-0003-1136-4232

Scopus Author ID: 56431105300

Email: marisatorresilva@fcsh.unl.pt

Morada institucional: Universidade Nova de Lisboa, Instituto de Comunicação da NOVA, Av. de Berna, 26-C – Lisboa 069-061, Portugal

Allan Herison Ferreira é doutorando do Curso de Ciências da Comunicação na Universidade NOVA de Lisboa. e do ICNOVA. Tem Mestrado em Sociologia pela Universidade de São Paulo. É um dos fundadores e coordenadores do Laboratório de Pesquisa Social (LAPS) do Departamento de Sociologia da USP - ImaRgens.

Ciência ID: 6914-7F85-FF34
ORCID iD: 0000-0003-3606-2089
Email: ahferreira@campus.fcsh.unl.pt
Morada institucional: Universidade Nova de Lisboa, Instituto de Comunicação da NOVA, Av. de Berna, 26-C – Lisboa 069-061, Portugal

* Submetido| Received: 2020.06.29
* Aceite | Accepted: 2020.07.07

(Página deixada propositadamente em branco)

A cobertura televisiva da pandemia de Covid-19 em Portugal: um estudo exploratório

Television coverage of the Covid-19 pandemic in Portugal: an exploratory study

https://doi.org/10.14195/2183-5462_37_10

Ana Cabrera
Universidade NOVA de Lisboa, Instituto de História Contemporânea - IHC
anacabrera@fcsh.unl.pt

Carla Martins
Universidade Lusófona de Humanidade e Tecnologias. Instituto de Comunicação da NOVA - ICNOVA
carla.martins@erc.pt

Isabel Ferin Cunha
Universidade de Coimbra, Faculdade de Letras. Instituto de Comunicação da NOVA - ICNOVA
barone.ferin@gmail.com

Resumo

O ano de 2020 ficará marcado na memória mundial como o ano da pandemia de Covid-19. Embora a doença tenha eclodido na China no final de 2019, a sua propagação foi posterior e veio colocar em causa a sociedade globalizada, com efeitos sociais, políticos e económicos graves, mas ainda a serem determinados em toda a sua extensão. Na cobertura do surto o jornalismo, em crise há algumas décadas (Zelizer, 2004; 2009; 2015; 2017), reassumiu um papel central e adquiriu um novo vigor, viajando por múltiplos dispositivos e écrans (Deuze, 2019). Em Portugal, num cenário de isolamento, predominantemente familiar, a televisão emergiu como *elo social* (Wolton, 1994), confirmando que continua ser o médium dominante (ERC, 2016, 2019; OBERCOM, 2018; Statista, 2019). Neste contexto, a nossa homenagem a Nelson Traquina tem como objetivo apresentar, comentar e discutir a sua contribuição para o estudo do jornalismo em Portugal a partir da análise da cobertura jornalística televisiva da crise pandémica. Com este fim, recuperámos estudos teóricos sobre as Teorias da Notícia e os estudos empíricos sobre o HIV/SIDA realizados pelo autor (por exemplo, Traquina, 1993; 2002; 2004; 2010; Traquina e al., 2001). Elegemos um *corpus* de análise empírico, compreendido por blocos de jornais televisivos dos canais generalistas RTP1, SIC e TVI. Utilizamos uma metodologia fundada na construção de uma base de dados em File Maker Pro inspirada nos trabalhos de Traquina sobre o HIV/SIDA. Os resultados obtidos, ainda que com caráter exploratório, permitem a discussão das teorias da notícia enquanto *construção* (Traquina, 1993) e o papel das rotinas na produção da informação televisiva.

Palavras-chave
televisão; jornalismo televisivo; cobertura jornalística covid-19; homenagem a Nelson Traquina

Abstract
2020 will be remembered globally as the year of the Covid-19 pandemic. Although this disease had emerged in China in the end of 2019, its global spread a few months later threatened the globalized society, causing serious social, political, and economic effects, not all yet understood. Journalism has been in crisis over the past few decades (Zelizer, 2004; 2009; 2017), but the coverage of this pandemic through diverse devices and screens (Deuze, 2019) brought a new vigor to the role of journalism. In Portugal, during a period of homely isolation, television played a role of social link (Wolton, 1994), demonstrating that it is still the dominant medium (ERC, 2016, 2019; OBERCOM, 2018; Statista, 2018). In this context, our tribute to Nelson Traquina has the aim of presenting, commenting, and discussing his contribution to the study of television journalism in Portugal by assessing the television coverage of this pandemic crisis. For this purpose, we have retrieved theoretical studies about the theories of news and empirical studies about HIV/AIDS done by Traquina (1993, 2002, 2004, 2010 and Traquina et al. , 2001). We have empirically assessed both the lunchtime and evening television news services of the channels RTP1, SIC and TVI. We have built a database using a definition of assessment categories, which although was inspired by the work of Traquina about HIV/AIDS, was adapted to the specificities of this new disease. The results enable a discussion about the theories of news as "construction" (Traquina, 1993) and the role of routines in the production of news.

Keywords
television; television journalism; covid-19 news coverage; tribute to Nelson Traquina

Introdução

O HIV/SIDA constituiu um tema que Nelson Traquina acompanhou ao longo da vida e foi central nas suas investigações. Na homenagem que se presta ao mestre, investigador e colega, recuperar estes trabalhos é uma oportunidade para discutir não só as Teorias do Jornalismo mas, também, a cobertura jornalística de uma epidemia/pandemia. Esta problemática, pela sua mão objeto de pesquisas empíricas pioneiras em Portugal, adquiriu atualidade e pertinência, nestes tempos de Covid-19.

Embora seja desafiante comparar a cobertura jornalística do HIV/SIDA com a da Covid-19, é determinante ter em conta as duas fases completamente diferentes dos sistemas mediáticos, nacional e internacionais, e os produtos gerados nestes contextos díspares. Entre as décadas de oitenta do século passado e a segunda década do século XXI registaram-se inúmeras mudanças no campo dos media e do jornalismo, pautadas por inovações tecnológicas, a expansão do neoliberalismo económico e o aprofundamento da globalização.

O sistema mediático dos anos de 1980/90, momento em que eclodiu o HIV/SIDA, é caracterizado pela configuração e apogeu dos grandes conglomerados mediáticos.

Esta transformação no campo dos *media* refletiu-se nos modelos de negócios, nas estratégias de marketing e na criação de formatos e linguagens, com vista à angariação de novos públicos. Estes grupos de recorte multimédia reúnem diferentes órgãos de comunicação e interesses afins, sustentados por publicidade e ancorados em grandes audiências. O jornalismo é um dos muitos produtos oferecidos, por emissores todo-poderosos, mas mantém o seu *ethos*, rotinas e cultura profissional (Traquina, 2004).

Em contrapartida, a propagação da Covid-19 é contemporânea de um sistema mediático determinado pela omnipresença dos media sociais, dos múltiplos ecrãs e da informação circular – horizontal, ascendente e descendente – entre utilizadores e dispositivos digitais.

No século XXI, a convergência e a mobilidade do digital instauraram uma permanente "crise" no jornalismo, caracterizada pela falência de muitos projetos, causada pela concorrência direta das redes sociais e de conteúdos gratuitos online (Zelizer, 2004; 2009; 2017), a que se seguiu a venda, e endividamento, dessas empresas a sectores empresariais que lhes são estranhos (Deuze, 2019). A informação tornou-se ubíqua, mas apenas uma pequena parte continua a ser trabalhada por jornalistas (Fidalgo, 2015).

A diversificação de produtos, e de formas de acesso a notícias, constantemente atualizadas, implicou uma circularidade na web entre os diferentes *media*, sítios de notícias online e redes sociais, que colocou em causa não só a viabilidade do jornalismo e dos seus modelos de negócios tradicionais, como o *ethos* profissional dos jornalistas e as suas rotinas produtivas.

A alteração dos hábitos de consumo de informação dos públicos tornou-se, simultaneamente, uma ameaça aos *media mainstream* e um empoderamento dos cidadãos *produsers*, como é sublinhado por Casero-Ripollés (2020, p.3): *O surgimento de novos hábitos de consumo está a transformar a maneira como os cidadãos atribuem relevância aos assuntos da atualidade*. A diversificação e pluralidade de fontes de informação impeliu os cidadãos a formar a sua opinião recorrendo não só aos *media mainstream* e aos seus sítios, mas também aos *media* sociais, tais como o Facebook e os serviços móveis de mensagens instantâneas WhatsApp ou Twitter (Digital News Report, 2019).

Estas mudanças são observadas como ameaças ao sistema mediático tradicional, à dispendiosa infraestrutura das grandes empresas de *media mainstream*, bem como à atividade jornalística, na medida em que qualquer cidadão pode veicular informação em tempo imediato.

Em síntese, em tempos de Covid-19, e distintamente do período em que a cobertura jornalística do HIV/SIDA atingiu o seu zénite, o jornalismo apresenta-se como um produto híbrido com características difusas, por vezes próximo do *infotainment*, que conflitua com a informação de *produsers* das redes sociais, em que a informação de proveniência não identificada, e veracidade não contestada, promove a visibilidade de notícias falsas.

I. A pandemia de Covid-19 e o ressurgir da televisão

A pandemia de Covid-19 criou uma disrupção no sistema mediático mundial, anteriormente descrito, promovendo em muitos países, nomeadamente da Europa e em Portugal, condições para um jornalismo de responsabilidade cívica e cidadã. A televisão, dada como *morta* por muitos autores (Katz & Scannell, 2009; Carlón &

Fechine, s.d./2014), recuperou muito da sua centralidade social e doméstica, abrindo-se à informação em *tempo real* e preenchendo *slots* de *prime-time* com a temática da pandemia. A capacidade de a televisão mostrar, incluir e partilhar notícias das redes sociais, ao mesmo tempo de *viajar* entre ecrãs e dispositivos digitais – do computador portátil ao tablet –, deu-lhe espaço no quotidiano, num tempo em que milhões de pessoas, à volta do mundo, se mantiveram confinadas nos seus domicílios. Em simultâneo, este surto proporcionou disrupções, de que é exemplo a *advertência* da empresa tecnológica Twitter aos *tweets* sobre a Covid-19 do presidente Trump, ao conclamar os seguidores para que avaliem a veracidade da informação veiculada.

Em Portugal, os dados sobre o *regresso* à televisão são evidentes, não obstante estudos recentes continuassem a apontá-la como *medium* dominante (ERC, 2016, 2019; OBERCOM, 2018; Statista, 2019). No entanto, o isolamento social e a obrigatoriedade de *estar em casa*, com a subsequente mudança de rotinas domésticas e de trabalho, fizeram aumentar enormemente as audiências das televisões generalistas[1] a partir do mês de março. Segundo os dados da Marktest[2], nesse mês, a RTP1, a SIC e TVI emitiram cerca de 264 horas de informação regular, mais 21,5% do que no mês anterior, num total de 6582 notícias, com relevância para o surto do coronavírus, que na semana de 2 a 8 de março registou um total de 535 notícias e 22 horas de emissão. De salientar a cobertura da TVI com quase 8 horas de emissão e 194 notícias emitidas, situação que se repetiu na semana de 9 a 15 de março.

Como sublinha o jornal *Público*, estas audiências batem recordes[3]. Para este fenómeno contribuíram, inegavelmente, as conferências diárias de governantes – Presidente da Repúbica (PR), Primeiro-Ministro (PM) e Ministro das Finanças (MF) – e das autoridades sanitárias, Direção-Geral da Saúde (DGS) e Ministra da Saúde (MS). Estes pronunciamentos oficiais, em ambiente solene e rodeados de símbolos nacionais, em horários de jornais televisivos, apresentando dados sobre a pandemia e medidas sanitárias, sociais e económicas, constituíram, para os cidadãos isolados nos seus domicílios, como que um ritual cerimonioso, uma telecerimónia, à maneira dos acontecimentos mediáticos estudados por Dayan e Katz (1999).

Sobretudo na sequência da declaração do estado de emergência, a 18 de março de 2020, os portugueses aumentaram o consumo de informação[4], em busca de dados sobre a temática Covid-19, e recorreram com maior regularidade às televisões, à imprensa, sítios noticiosos e a plataformas oficiais governamentais. Num estudo elaborado pela Marktest, que apurou estes comportamentos, observou-se, também, que os portugueses atribuíram maior credibilidade àqueles meios como fontes fidedignas do que às redes sociais. Neste sentido, os noticiários transmitidos pela televisão foram visualizados por 64% dos espectadores e atingiram um grau de confiança de 86%, seguindo-se os sítios oficiais do Governo, que obtiveram uma procura de 46%

---

[1] Cfr.: https://eco.sapo.pt/2020/04/01/consumo-de-tv-dispara-40-audiencia-dos-espacos--de-informacao-cresce-com-a-pandemia/

[2] Cfr. https://www.marktest.com/wap/a/n/id~261f.aspx

[3] Cfr. https://www.publico.pt/2020/03/17/culturaipsilon/noticia/parte-pais-casa-audiencias--televisao-portuguesa-sao-historicas-1908209

[4] Cfr. Estudo encomendado pelo GrupoM, realizado pela Marktest https://observador.pt/2020/04/16/covid-19-estudo-revela-que-portugueses-confiam-nos-media-e-desconfiam--das-redes-sociais/

e alcançaram uma confiança de 57%. Já os programas de debate na TV foram vistos por 23% dos espectadores, que manifestaram uma confiança de 44%. Só posteriormente se assinala o consumo de sítios de notícias online, da rádio e dos jornais.[5]

Por conseguinte, as televisões adquiriram de novo um papel central como *elo social* (Wolton, 1994), janela para o mundo, através dos programas noticiosos. A recuperação desta *missão* própria daquilo que foi designado como paleotelevisão por Eco e Veron, nos anos 70/80 do século passado, assenta na ideia de televisão de utilidade pública, como ferramenta pedagógica baseada no tríptico *informar, educar e distrair* (Jesper, 1998), capaz de promover unidade e consensos nacionais (Mesquita, 2003).

No centro de uma crise sanitária de dimensões imprevisíveis, onde o contacto social físico se tornou um perigo, a televisão instaurou um foro social, um espaço público de partilha de informação e conhecimento, onde atores da sociedade civil, como médicos, epidemiologistas e doentes, foram convocados a partilhar conhecimentos e experiências. Esta deriva vai no sentido da televisão como fonte e veículo de *conhecimento comum* (Gripsrud, 1999) promotor de uma cidadania informada e de uma democracia participativa.

Assistiu-se, assim, a um fenómeno com contornos coletivos que tendeu a contrariar o sistema mediático híbrido instalado. Num momento de grande incerteza, a proliferação de informação em sítios e nos *media* sociais, num clima de constante competição, provocou no cidadão comum uma enorme dificuldade em distinguir o essencial do assessório e o verdadeiro do falso. O temor e a desconfiança dos cidadãos face à possibilidade de proliferação das notícias falsas – fabricadas intencionalmente, com recurso ao *modus operandi* das notícias tradicionais, e colocadas estrategicamente nas redes de forma a desacreditar as instituições e as políticas públicas – geraram necessidade de orientação e a busca por informação credível. Estas circunstâncias empurraram os cidadãos para o jornalismo *mainstream*. Tal como escreve Casero-Ripollé (2020, p.9):

> O surto de coronavírus envolveu o reconhecimento do jornalismo como uma instância essencial nas sociedades do século XXI. Neste caso, os dados, tanto sobre o consumo quanto sobre a avaliação da credibilidade da cobertura jornalística, reafirmam a alta relevância social do sistema mediático no nosso mundo em momentos críticos.

A importância da informação credível, sobre um tema desconhecido de cariz sanitário, foi reconhecida, consensualmente, tanto do lado dos emissores – meios de comunicação, Governo, DGS, e outros – como do lado dos cidadãos/audiências. Esta realidade é comprovada pelo estudo da Obercom sobre *O impacto do coronavírus e da crise pandémica no sistema mediático português e global* que salienta o facto de *as audiências históricas de televisão se concentrarem na informação, enquanto o entretenimento, género-âncora fundamental para as marcas portuguesas, ficou pura e simplesmente parado, em termos de produção* (Obercom 2020, p.5). O mesmo estudo observa que foi a televisão e a Internet que concentraram a atenção dos portugue-

[5] Cfr. https://observador.pt/2020/04/16/covid-19-estudo-revela-que-portugueses-confiam--nos-media-e-desconfiam-das-redes-sociais/

ses. Esta última, além de fornecer informação, tornou-se a ferramenta de trabalho, o instrumento capaz de conectar negócios, escritórios, escolas, amigos e familiares à distância. A este respeito o estudo da Obercom salienta (*Ibid*.):

> A maior parte dos consumos de comunicações saiu dos escritórios e passou para as zonas residenciais. Na semana de 16 a 22 de março, em que as escolas foram formalmente encerradas e grande parte dos portugueses passou a estar em teletrabalho, os operadores de telecomunicações registaram naturalmente maiores tráfegos de Internet fixa, mas também de voz fixa e móvel, e maior consumo de serviços de streaming, como a Netflix.

O estudo termina com a referência de que a adaptação dos portugueses aos tempos de pandemia pode ser sintetizada pelo superlativo relativo de superioridade *mais* associado às seguintes palavras-chave: *mais Internet fixa, mais chamadas de voz e maior recurso aos serviços de TV* (Obercom 2020, p.15).

II. HIV/SIDA *versus* Covid-19: coberturas e contextos

Este momento determina, igualmente, uma reflexão à luz da obra de Traquina e das Teorias das Notícias que explora (1993) para explicar e compreender a dinâmica das televisões generalistas na cobertura da pandemia. Está em avaliação não só a linha editorial das televisões mas, também, o alinhamento, a duração das notícias, o comportamento dos pivôs/jornalistas, dos repórteres, as escolhas dos convidados, bem como os cenários utilizados e as suas componentes gráficas.

Ao analisar a cobertura televisiva da pandemia de Covid-19, e tendo em conta os estudos de Traquina e colaboradores, pretende-se observar qual foi a sua orientação teórica. Para tal, consideram-se elementos que apontem para a ideia de notícia como *espelho da realidade* (Teoria do Espelho); produto de uma seleção num universo finito (Teoria do *Gatekeeper*); resultado de interações sociais numa organização (Teoria Organizacional) ou construção social de estórias (Teoria Construtivista).

Nos trabalhos daquele autor sobre o HIV/SIDA prevalece a orientação teórica da notícia como uma estória (Traquina e al., 2001), advinda da ideia do mundo como uma construção social (Berger e Luckman, 1967), narrada por jornalistas. A ideia de estória não descarta a *informação*, mas atribui à atividade jornalística a capacidade de reportar acontecimentos que, naturalmente, estão fundamentados em quadros de referência inteligíveis para os seus leitores/receptores. Para que estas estórias sejam narradas convenientemente, as rotinas adquirem saliência, nomeadamente, as que permitem controlar o tempo - o imediatismo, a originalidade, a cacha, horários de produção e divulgação da informação - e o espaço, determinado quer pelo tipo de produto informativo, quer pela linguagem do *medium*, quer ainda pela visibilidade, proeminência do acontecimento/informação.

Nestes estudos, Traquina e colaboradores concluem que as estórias contadas pelos jornalistas - uma *comunidade interpretativa* (Zelizer, 1993) ou uma *tribo* (Maffesoli, 1988; Traquina, 2004) - apresentam algumas características comuns, tais como serem estórias sobre homossexuais; estarem identificadas com o medo, e por isso não

terem protagonistas explícitos, apenas fantasmas; apresentarem-se como estórias médicas, com desdobramentos epidémicos e biomédicos.

Outros estudos relativos à década de 80, nos Estados Unidos, citados por Traquina e que lhe serviram de inspiração, identificam quatro fases, ou eras, na cobertura jornalística do HIV/SIDA: a era inicial, a era científica, a era pessoal e a era política (Rogers, Dearing e Chang, 1991). Fases que se apresentam como marcos cronológicos interessantes para analisar a cobertura jornalística da Covid-19, a despeito da percepção inicial apontar para uma maior continuidade e fluidez no processo de cobertura desta pandemia.

Portanto, as categorias de análise e os resultados apresentados por Traquina e colaboradores sobre a problemática do HIV/SIDA são uma referência profícua para o estudo empírico sobre a cobertura jornalística televisiva da Covid-19. Convém, porém, frisar que estas pesquisas tiveram como objeto de análise a imprensa, em suporte papel, diários e semanários. Cada meio tem a sua linguagem, e o jornalismo, como atividade, adquire diferentes características em função do *medium*, o que implica a adaptação daquelas metodologias às particularidades da televisão.

Num balanço sobre o jornalismo televisivo em Portugal, Cádima (2010, p. 95) conclui que há na construção social da realidade operada pela cobertura jornalística *algumas regularidades*, nomeadamente um *modelo performativo da negatividade*, em que a pluralidade é caracterizada pela mobilização de vozes dentro do mesmo espectro, bem como *estratégias editoriais* que *não são inócuas*. Acrescenta, ainda, que é uma constante a *emoção, dramatização, actualidade trágica e fait-divers* que *dominam a hierarquização da agenda e, em consequência, formatam a celebração do consenso e do conflito como realidades fechadas sobre si próprias*. Outros estudos sobre os telejornais, citados pelo mesmo autor, apontam para jornais televisivos de cerca de 60 minutos, com um padrão composto por três blocos: política nacional; *faits-divers* e futebol.

Salienta-se ainda o *ethos* dos jornalistas, nomeadamente dos designados pivôs, nas televisões. Pertencentes a uma *comunidade interpretativa* que tem poder e o utiliza a diferentes níveis, os pivôs são simultaneamente jornalistas e celebridades. Da sua performance depende, em grande parte, o sucesso de uma televisão e do respetivo bloco noticioso, principalmente do *prime-time*. Como jornalista o pivô determina a vida e a morte de um acontecimento, de um protagonista, ou comentador – exercendo o poder de seleção. Ele utiliza o poder de construção na forma como faz o enquadramento, narra, adjetiva o acontecimento ou ainda promove/desqualifica um entrevistado ou um protagonista. Quando o pivô condiciona o alinhamento, o tempo e a proeminência do acontecimento, recorre ao poder de atribuir saliência, ou seja, visibilidade. Já como celebridade, o pivô é compelido a criar estratégias de identidade e distinção, face aos concorrentes, com base na assunção de características que vão da dicção e do vocabulário utilizado à sofisticação de fazer transparecer proximidade e emoção. Num momento de grande audiência dos telejornais, a concorrência por *shares* criou condições para que as duas facetas dos pivôs, jornalista e celebridade, concorressem pela visibilidade e pela captura *emocional* das audiências. Se, por um lado, alguns pivôs reforçaram a sua *agressividade*, a *rivalidade* e *assertividade política*[6],

[6] Cfr. "Pivots de telejornais acometidos de um estranho vírus". *Dinheiro Vivo*. Duarte Mexia, 14.05.2020 / 16:33 https://www.dinheirovivo.pt/opiniao/pivots-de-telejornais-acometidos-por--um-estranho-virus/.

por outro lado, assistiu-se a algo inédito como a campanha *Somos todos uma só voz*, lançada pela DGS em parceria com os principais canais de televisão de Portugal, subordinada à ideia de que as rivalidades terminam *porque há lutas sem concorrência*. [7]

Torna-se ainda interessante, em paralelo à atuação dos pivôs, mapear a alteração dos estúdios. Com a emergência de um tema novo, associado a um fenómeno inédito, capaz de provocar o *lockdown* nacional, e mundial, as televisões recorreram ao design gráfico e a *softwares* especializados no sentido de informar, persuadir, convocar e publicitar a temática.

III. Metodologia e Estudo Empírico

III. 1. Metodologia

Neste artigo, a análise da cobertura jornalística televisiva da pandemia de Covid-19 debruça-se sobre um *corpora* constituído por 306 peças noticiosas dos canais generalistas e *free to air* RTP1, SIC e TVI, emitidas nos blocos informativos da hora do almoço (153 peças) e do *prime-time* (153 peças), entre 2 de março, data da confirmação dos primeiros infetados em Portugal, e 18 de março de 2020, com a declaração do estado de emergência[8].

A recolha das peças refere-se às primeiras três notícias sobre o tema, independentemente da sua posição no alinhamento, do género jornalístico e da classificação como *headline*. Por exemplo, na edição de 3 de março do Jornal das 8 da TVI, a primeira notícia sobre a Covid-19 surge na 7.ª posição no alinhamento e foi contada como a primeira peça selecionada sobre o tema, e assim sucessivamente.

A metodologia utilizada é quantitativa e fundamenta-se no levantamento de dados, privilegiando o tratamento numérico das informações e dos fenómenos. A finalidade destes procedimentos é extrair elementos que permitam fazer inferências válidas, replicáveis e objetivas da substância da(s) mensagem(s), com vista à compreensão dos fenómenos analisados. Com este objetivo procede-se à análise de conteúdo, técnica de investigação aplicável a todos os meios de comunicação. Esta análise procura a *objetividade* e a *sistematização* no processo de levantamento de conteúdos *manifestos* e tem como finalidade apontar indicadores para a *generalização* dos dados recolhidos em contextos semelhantes (Bauer & Gaskell, 2002). A utilização da análise de conteúdo, neste *corpora* específico, poderá contribuir para se responder às seguintes questões de investigação: i) quais os padrões de cobertura da pandemia de cada canal de televisão incluído na amostra ; ii) quais os temas com maior relevância no conjunto dos canais e em cada um deles; iii) quais os protagonistas com maior relevância no conjunto dos canais e em cada um deles; iv) que cenários, em direto e em

[7] Cfr. "Pivots da RTP, SIC, TVI e CMTV juntos a uma só voz contra o COVID-19". *Marketeer*,15:12, 14 Abr, 2020. https://marketeer.sapo.pt/pivots-da-rtp-sic-tvi-e-cmtv-junto-a-uma-so-voz-contra-o-covid-19..

[8] A análise foi feita a partir do acesso concedido pela empresa Marktest/Mediamonitor, serviço e-telenews.

arquivo, são mais utilizados nas peças, no conjunto dos canais e em cada um; v) que vozes (especialistas, cidadãos, políticos, infetados, profissionais e outros) estão presentes nos blocos noticiosos de todos os canais e de cada um em particular; vi) que alterações são identificáveis nas rotinas e nos procedimentos dos jornalistas, nomeadamente nos pivôs e repórteres; vii) que mudanças são identificáveis nos estúdios.

Para responder a estas interrogações foram formuladas categorias unívocas de análise, isto é, categorias fundamentadas teoricamente e justificadas, de forma a atenuarem as ambiguidades de interpretação, utilizando-se para tal um instrumento de registo de definições. Este percurso, que envolveu uma fase de pré-análise e posterior consolidação de categorias, foi parametrizado no programa FileMakerPro. As categorias adotadas posteriormente obedeceram não só aos resultados dos testes de pré-análise, como à leitura de textos teóricos referidos no ponto I e II. São elas: Canal, Bloco Noticioso, Data, Alinhamento; Pivô; Género Jornalístico; Direto; Conferência de Imprensa; Covid-19; Protagonista; País Principal; Temas; Entoação do Pivô/repórter; Cenários; Entrevista em Estúdio.

A finalidade desta análise é responder às questões anteriormente enunciadas e, para tal, a análise de conteúdo é imprescindível. Esta abordagem é complementada com o recurso a instrumentos de análise qualitativa - papel do *design gráfico* - no sentido de explicitar as mudanças nos estúdios.

IIII. 2. Estudo Empírico

Apresenta-se em seguida a análise das 306 peças recolhidas nos blocos noticiosos da hora do almoço e do *prime-time* dos canais RTP1, SIC e TVI transmitidas entre os dias 2 - anúncio da identificação do primeiro infetado - e 18 de março de 2020, aquando da declaração do estado de emergência.

Na análise da categoria Covid-19, os assuntos foram largamente abordados por todos os canais televisivos, no universo de peças considerado para este estudo, ainda que em moldes diferenciados (Figura 1).

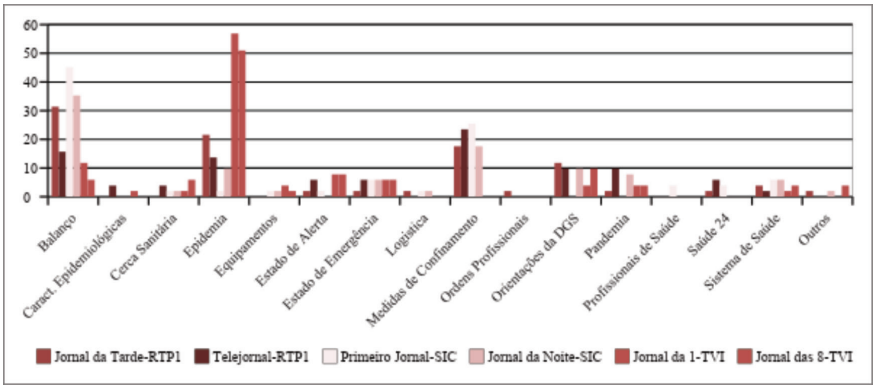


Figura 1: Primeiras três peças noticiosas sobre a pandemia de Covid-19 nos blocos informativos da RTP1, SIC e TVI – 2 a 18 de março de 2020 (em %)
N=306 peças noticiosas sobre Covid-19.

Nas três primeiras peças dos alinhamentos sobre o surto de coronavírus, incluindo *headlines* e peças de abertura, RTP, SIC e TVI tenderam a privilegiar, no tratamento da Covid-19, o assunto *Balanço*. Os noticiários que mais atenção deram a este tópico foram os da SIC: Primeiro Jornal (45,1% das peças exibidas neste noticiário que integram a amostra) e Jornal da Noite (35,3%). Também o Jornal da Tarde da RTP1 assinalou a importância daqueles balanços com 31,4% das peças exibidas nos seus blocos informativos. Nestas peças recorre-se a uma semântica própria para descrever as diferentes situações clínicas e respetiva evolução diária, inspirada na terminologia das autoridades de saúde nos seus boletins: *Infetados*, *Recuperados*, *Suspeitos* ou *Sob vigilância* e *Mortos*.

RTP e SIC convergiram na saliência dada a *Medidas de Confinamento*, RTP e TVI destacaram mais *Epidemia*. Quanto às *Medidas de Confinamento*, tiveram o seu ponto mais forte no Primeiro Jornal da SIC (25,5%), seguindo-se o Telejornal com 23,5%. Tanto no Jornal da Tarde da RTP1 como no Jornal da Noite da SIC as *Medidas de confinamento* tiveram um peso de 17,6%. Os noticiários da TVI deram uma particular atenção aos assuntos relacionados com a *Epidemia*: no Jornal da Uma, com 56,9%, e no Jornal das 8, com 51,0%. Este assunto é também reportado pelos noticiários da RTP1 com maior incidência no Jornal Tarde (21,6%) do que no Telejornal (13,7%).

Todos os canais destacaram ainda transversalmente o *Estado de Alerta* ou o *Estado de Emergência*, na iminência de os poderes públicos decidirem medidas mais vigorosas para controlar a propagação do vírus; o *Sistema de Saúde*, perscrutando-se globalmente a capacidade de resposta hospitalar ao surto; e as *Orientações da Direção-Geral de Saúde* em matéria de precauções sanitárias. As *Orientações da Direção Geral de Saúde* mereceram uma atenção semelhante entre os canais: enquanto no Jornal da Tarde da RTP1 obteve um peso de 11,8%; no Telejornal da RTP, no Jornal da Noite da SIC e no Jornal das 8 da TVI registou-se um valor igual de 9,8%.

Alguns tópicos estão mais imediatamente conectados com acontecimentos concretos, como *Cerca Sanitária*, relacionada com a adoção de medidas específicas para controlar o surto na região de Ovar.

Na análise da categoria Temas relacionados com a cobertura jornalística da pandemia (Figura 2), verifica-se uma forte incidência das três estações televisivas em *Infetados* e *Medidas de Contenção*.

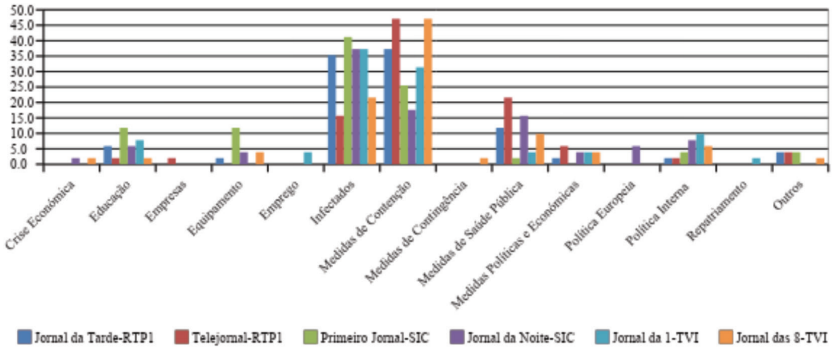


Figura 2: Temas das primeiras três peças noticiosas sobre a pandemia de Covid-19 nos blocos informativos da RTP1, SIC e TVI – 2 a 18 de março de 2020 (em %)
N=306 peças noticiosas sobre Covid-19.

Foram os noticiários da hora do almoço que deram maior atenção ao tema *Infetados*: no Primeiro Jornal da SIC regista-se 41,2% de peças sobre este tema; no Jornal da Uma da TVI o valor é de 37,3%; e no Jornal da Tarde da RTP1, 35,3%. Já nos noticiários da noite, o Jornal da Noite da SIC lidera a atenção mediática deste tema com 37,3%, enquanto o Jornal das 8 da TVI recolhe 21,6% e o Telejornal da RTP1, 15,7.

Quanto às *Medidas de Contenção*, foram largamente reportadas nos noticiários da tarde e da noite da RTP1, respectivamente 37,3% e 47,1 % das peças exibidas nestes noticiários que integram a amostra. Também os noticiários da TVI deram saliência às *Medidas de Contenção,* sendo que o Jornal das 8 e o Telejornal apresentam um valor semelhante de 47,1%, enquanto o Jornal da Uma exibiu 31,4% de peças sobre esta temática.

Nota-se ainda que o Telejornal da RTP1 assinala também a importância do tema *Medidas de Saúde Pública* com um valor de 21,6%.

Nesta fase, a *Crise Económica* ainda é pouco refletida nas primeiras peças dos alinhamentos dos jornais televisivos, assim como medidas mais genéricas de *Emprego*, *Política Interna* ou *Política Europeia*.

Os protagonistas das peças analisadas são diversos e com tendência a uma menor concentração comparativamente com os temas (Figura 3).

Categorias	Jornal da Tarde-RTP1	Telejornal-RTP1	Primeiro Jornal-SIC	Jornal da Noite-SIC	Jornal da 1-TVI	Jornal das 8-TVI
Autarcas	5,9	3,9	3,9	2,0	3,9	5,9
Bombeiros						2,0
Diretora-Geral de Saúde	11,8	9,8	2,0	3,9	15,7	7,8
Dirigentes da OMS		2,0		5,9		2,0
Doentes	23,5	2,0	39,2	27,5	3,9	5,9
Donald Trump	2,0					2,0
Figuras Públicas	2,0				2,0	
Forças de Segurança					2,0	
Ministra da Saúde	11,8	21,6	5,9	9,8	9,8	13,7
Ministro da Administração Interna	7,8	3,9		3,9		3,9
Outros Governantes	3,9	2,0	2,0			
Partidos Políticos						2,0
Pivôs		2,0	2,0	2,0	2,0	7,8
Políticos Europeus				2,0		2,0

População	3,9	3,9	3,9	2,0	7,8	7,8
Presidente da República	2,0	5,9	7,8	15,7	7,8	11,8
Primeiro-Ministro	2,0	21,6	9,8	15,7	9,8	11,8
Professores	3,9	9,8	3,9	3,9	3,9	
Profissionais de Saúde	9,8	5,9	5,9	2,0	5,9	9,8
Repórteres	5,9	3,9		2,0	19,6	2,0
Secretário de Estado da Saúde			2,0			
Testemunhos	2,0					
NA			7,8	2,0		2,0
Outros	2,0	2,0	3,9		5,9	

Figura 3: Protagonistas das primeiras três peças noticiosas sobre a pandemia de Covid-19 nos blocos informativos da RTP1, SIC e TVI – 2 a 18 de março de 2020 (em %) N=306 peças noticiosas sobre Covid-19.

No Jornal da Tarde da RTP1 os *Protagonistas* foram sobretudo Doentes (23,5%), o mesmo sucedendo nos dois blocos informativos da SIC (Primeiro Jornal: 39,2%; Jornal da Noite: 27,5%). Nas peças analisadas, os doentes são entidades anónimas, sem rosto, que concentram toda a atenção porque representam simultaneamente a corporização do vírus e a sua progressão na comunidade.

A ministra da Saúde foi a protagonista que se destacou nos jornais de *prime-time* da RTP 1 (21,6%) e da TVI (13,7%). Os repórteres evidenciaram-se como protagonistas no Jornal da Uma da TVI (19,6%).

Numa apreciação mais lata, nas peças analisadas observou-se, em primeiro lugar, o protagonismo de fontes políticas do ou ligadas ao Governo na gestão da crise, destacando-se o Primeiro-Ministro, a Ministra da Saúde, a Diretora-Geral de Saúde e o Ministro da Administração Interna. O Presidente da República foi outro protagonista político que se destacou na resposta dos órgãos de soberania ao surto, mas também na condição de auto-confinado. Tratando-se de um problema que afetou de forma distinta várias regiões do país, os autarcas também adquiriram saliência nas primeiras peças dos alinhamentos no período em análise. No conjunto de peças que compõem a amostra, o Parlamento e os partidos políticos praticamente não tiveram expressão.

Outro grupo que adquiriu protagonismo é integrado pelos doentes e pela população, cidadãos comuns que combatem a infeção ou lidam com as consequências do confinamento no seu quotidiano.

O protagonismo das peças analisadas foi conferido, de forma mais dispersa, a profissionais ligados a áreas fulcrais: saúde, proteção civil e ensino.

Por fim, os próprios pivôs e repórteres assumiram protagonismo na cobertura jornalística da pandemia. É mitigado o protagonismo de líderes internacionais ou europeus identificado nas peças da amostra, o que se explica pelo enfoque esmagadoramente nacional das primeiras peças dos alinhamentos sobre a Covid-19.

Conferências de Imprensa, *Hospitais*, *Ruas e Cidades*, *Estúdio* e *Salas de Reunião* foram as imagens que com mais frequência enquadraram visualmente as peças analisadas nos três canais televisivos (os "cenários"). Na RTP1, no Jornal da Tarde, os cenários foram maioritariamente *Hospitais e Conferências de Imprensa* (respetivamente, 29,4% e 19,6%). No Telejornal, *Conferências de Imprensa* (29,4%) e *Ruas e Cidades* (17,6%) foram os mais comuns. Na SIC, no Primeiro Jornal predominaram imagens de *Estúdio* (23,5%) e *Hospitais* (35,3%), enquanto no Jornal da Noite se destacaram como cenários *Hospitais* (47,1%) e *Conferência de Imprensa* (19,6%). Na TVI, no Jornal da Uma, os cenários foram maioritariamente *Hospitais* (39,2%) e *Salas de Reunião* (23,5%). Já os cenários do Jornal das 8 corresponderam na maioria a *Hospitais* (25,5%), *Ruas e Cidades* (25,5%) e *Estúdio* (17,6%) (Figura 4).

Verificou-se igualmente, de modo transversal, o recurso sistemático e repetitivo às mesmas imagens de arquivo para ilustrar diferentes peças e contextos, sobretudo mostrando o exterior e o interior de hospitais, onde portas se fecham e abrem, se vislumbram equipamentos médicos e circulam profissionais de saúde ou pacientes.

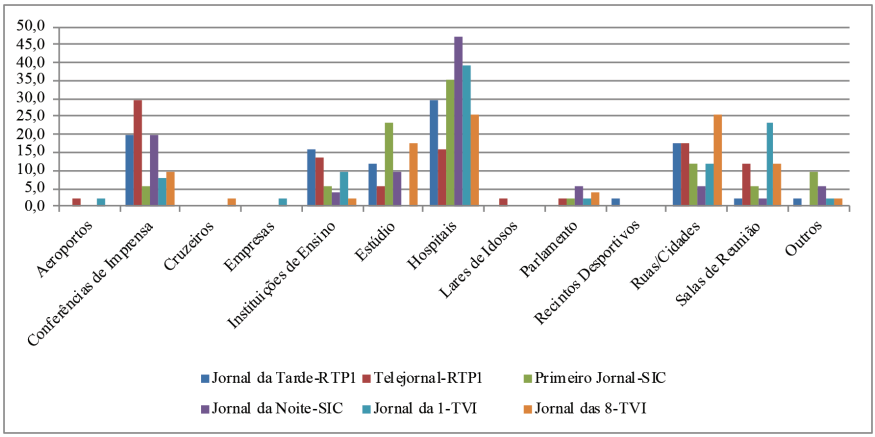


Figura 4: Cenários das primeiras três peças noticiosas sobre a pandemia de Covid-19 nos blocos informativos da RTP1, SIC e TVI – 2 a 18 de março de 2020 (em %)
N=306 peças noticiosas sobre Covid-19.

Nas peças analisadas o país de que se fala é Portugal: na RTP1, no Jornal da Tarde em 98% das peças e no Telejornal em 92,2%; na SIC, no Primeiro Jornal em 98% e no Jornal da Noite em 88,2%; na TVI, no Jornal da Uma em 98% das peças e no Jornal das 8 em 82,4%. Ainda assim, por se tratar de uma pandemia, peças sobre a Europa, em particular de Itália, e do mundo são referenciadas, sobretudo nos noticiários da noite. No Jornal das 8 da TVI são exibidas peças relativas à pandemia no mundo (5,9% das peças), Europa (3,9%), Itália (3,9%), China e EUA (2% cada). Já o Telejornal da RTP1 mencionou o tema tendo como contexto geográfico o mundo e Itália (em 3,9% das peças cada). O Jornal da Noite da SIC referiu a Europa em 7,8% e o mundo em 3,9%.

Deve notar-se que o *corpus* de análise inclui apenas as três primeiras peças exibidas sobre a doença, pelo que os resultados sobre o enfoque geográfico devem ser interpretados como sinalizando a primazia editorial dada à situação em Portugal, ainda que sem se ignorar as circunstâncias de outros países, sobretudo europeus.

Com efeito, a internacionalização deste assunto acompanha a progressão da pandemia na Europa e no mundo e os blocos noticiosos assinalaram este fenómeno apresentando gráficos e mapas geográficos com números. Estes dados atestam, também, a importância e o peso que as informações internacionais tiveram na cobertura jornalística da Covid-19.

Complementarmente à análise de conteúdo, está a observação do contexto físico, os estúdios, onde decorre a apresentação dos blocos televisivos. Ao longo do período em análise, os estúdios computarizados, digitalizados e desenhados de forma gráfica adquiriram grande protagonismo, principalmente nas televisões privadas, SIC e TVI.

A omnipresença do tema Covid-19 na sociedade portuguesa, e no mundo, reflete-se no alinhamento dos blocos noticiosos, fazendo desaparecer progressivamente temáticas que dominam, normalmente, grande parte dos cerca de 60m, ou mais, dos jornais televisivos. O futebol, as *tricas partidárias* e os *fait-divers* vão desaparecendo e dão lugar às diversas dimensões sanitárias, políticas e económicas da pandemia. O design gráfico dos estúdios passa, assim, a incorporar estes elementos e a atribuir visibilidade, materialidade e colorido à situação vivenciada pelos espectadores. Para isso contribuem as dimensões simbólica, epistémica e estética do design a que se juntam as competências técnicas do digital e da informática, com o recurso a programas e *softwares* específicos (Barnard, 2005). Em uníssono os estúdios de televisão aberta tematizaram visual e graficamente o vírus desconhecido da pandemia. Em torno deste tema, foram criadas imagens-síntese que incorporaram não são aspetos estéticos e decorativos significativos, como elementos informativos determinantes, como dados de infetados, recuperados e mortos em Portugal e no mundo.

Ilustra-se estas observações com imagens captadas na RTP1, SIC e TVI. Nestas *frames*, apresentadas como exemplos, observa-se a exuberância do design gráfico dos estúdios, a tematização poética do vírus e as diferentes paletas cromáticas, que apontam para a identidade, numa perspetiva de *branding*, de cada estação televisiva.

Figura 5: RTP1, Telejornal (09.03.2020) – Pivô João Adelino Faria; SIC, Jornal da Noite (11.03.2020) – Pivô Rodrigo Guedes de Carvalho

Figura 6: TVI, Jornal das 8 (06.03.2020) – Pivô José Alberto de Carvalho

Nota-se, ainda, ao longo do período de 2 a 18 de março, a crescente proeminência do papel do jornalista, principalmente entre os que apresentam os blocos noticiosos do *prime-time*. Estes pivôs tendem a iniciar os noticiários com textos *emocionais* e *apelativos*, tais como:

> Estamos a enfrentar enquanto povo e enquanto civilização um teste sem precedentes. O ambiente é praticamente de guerra, mas em silêncio. O inimigo aqui é invisível e silencioso..." (José Alberto de Carvalho, TVI, Jornal das 8; 13.03; 19.58.23);
>
> Uma pandemia é o pior dos cenários de uma doença infecciosa. O vírus vem normalmente de um animal e neste estágio o risco para o homem é baixo, mas quando dá o salto na barreira das espécies e o vírus é transmitido ao homem, então começa verdadeiramente o perigo. A transmissão entre humanos propaga-se e propaga-se e se não for parada a migração da doença faz com que a doença chegue a todos os países e a pandemia é quando a doença chega a todos os continentes (João Adelino Faria, RTP1, 11.03.2020; 20:01:22);
>
> Como estamos todos desde ontem? Espero que bem. Preocupados, como é compreensível. Mas quero acreditar que estaremos fortes para esta luta que ainda vai piorar antes de melhorar. (...) Deixe-me relatar isto. Em prédios mais antigos do país onde residem pessoas idosas, muitas vezes sozinhas, há por esta altura vizinhos mais jovens que estão a deixar recados nas portas a dizer 'Estou disponível para ir fazer-lhe compras do que necessite para não ter de sair de casa'. Quando queremos, sabemos ser um grande povo e vamos prová-lo mais uma vez (Rodrigo Guedes de Carvalho, SIC, 13.03.2020; 19:59:48).

Estes textos antecedem os blocos informativos e têm, também, um cariz didático, no sentido de apoiar as diretivas da Direção-Geral da Saúde sobre comportamentos face à pandemia.

Acresce que as circunstâncias relativas à pandemia mudaram o *modus operandi* dos jornalistas. Por exemplo, no Jornal das 8 da TVI (02.03.2020; 20:00:46), o repórter Vítor Pinto reporta mudanças no Hospital de São João do Porto, assinala as medidas de segurança para o hospital e pessoal profissional. Faz aconselhamento sobre as medidas de segurança bem como os serviços médicos a contactar para quem tem suspeitas de ter estado próximo de pessoas infetadas. Neste caso, como em outros, os repórteres assumem principalmente um papel didático, explicando os detalhes da doença, os cuidados que a população deve ter para se proteger do perigo do contágio, bem como expõem o que significa o estado de Alerta, Contenção, Mitigação ou Emergência.

Advertem ainda para a credibilidade da informação que circula noutras sedes sobre a pandemia, assim reclamando um espaço de legitimidade e de centralidade ao jornalismo como fonte de informação fiável sobre o surto. O que sucede, por exemplo, na edição de 12 de março do Primeiro Jornal da SIC, na qual Bento Rodrigues assinala: *até agora não há qualquer vítima mortal. Circulam informações nas redes sociais e até em alguns órgãos de comunicação social para dizer que sim. Não acredite. Até agora felizmente não há qualquer vítima mortal confirmada*.

Conclusão

Um período de exceção como o que se vivenciou com o *lockdown* nacional e internacional determinou uma cobertura jornalística televisiva ímpar. A singularidade do momento traduz-se, no período analisado, de 2 a 18 de março, no crescente aumento do número de notícias sobre o tema, bem como na sua proeminência no alinhamento. O desafio lançado pelo vírus e pela pandemia agregou responsáveis de saúde e *media mainstream* em Portugal, com vista a informar, esclarecer e orientar os cidadãos. A construção da notícia recorreu a uma dupla rotina: as rotinas próprias do jornalismo televisivo, que envolvem os diretos, as reportagens, os testemunhos da população e as imagens de arquivo; as rotinas relativas à pandemia do Ministério da Saúde, da Direcção-Geral de Saúde e do Governo.

Este contexto da cobertura jornalística da Covid-19 distancia-se da cobertura jornalística do HIV/SIDA. Enquanto a identificação da Covid-19 como valor-notícia é, praticamente, imediata e antecede a sua chegada a Portugal, no HIV/SIDA há um tempo longo para que adquira valor de noticiabilidade. Independentemente de nos primórdios a pandemia ter sido, esporadicamente, conotada com o *vírus chinês* ou o *vírus da China*, não há, na cobertura jornalística, uma associação discriminatória a comportamentos, ou a um grupo específico.

Nos estudos de Traquina e colaboradores que incidiram sobre a imprensa, a orientação teórica foi entender as notícias sobre o HIV/SIDA como uma estória. Na cobertura jornalística da Covid-19 também podemos constatar esta tendência em grande parte das peças. Contudo, em função do *gentleman's agreement* entre DGS e *media mainstream*, as autoridades de saúde adquiriram um papel proeminente como *gatekeepers*, determinando a informação e o ângulo das notícias, como se comprova nos temas com maior visibilidade, identificados no estudo empírico (designadamente, *Infetados* e *Medidas de Contenção*).

Neste estudo exploratório indicia-se adesão aos definidores primários da informação, à forma como definem a agenda e enquadram a problemática. As crescentes limitações à mobilidade dos jornalistas, por razões de segurança e saúde pública, reforçam a dependência de eventos organizados por aqueles protagonistas, do Governo ou da esfera do poder executivo, que controlam a resolução da crise, como sejam reuniões e conferências de imprensa. O Presidente da República, outra face política protuberante, notabiliza-se na gestão do surto, mas também, na condição de *suspeito*, quando cancela a agenda e aguarda, auto-confinado, pelos resultados do teste médico. O Presidente da República sobressai nessa dupla qualidade de Chefe de Estado e cidadão comum, mas pouco, porque tem rosto e se destaca do coletivo anónimo em risco.

Na cobertura desta temática, assiste-se, tal como no HIV/SIDA, mas de forma explícita e imediata, à introdução de elementos médicos e biomédicos, com vista à adopção de comportamentos preventivos e profiláticos. A estória da Covid-19 torna-se, nas televisões portuguesas, uma construção social, com diversos protagonistas - autoridades (diretora-geral da Saúde, ministra da Saúde), especialistas (epidemiologistas e médicos) e heróis, como os profissionais de saúde - e cenários, como as conferências de imprensa, as salas de reunião, os estúdios e os hospitais.

Os jornalistas, nomeadamente os repórteres e os pivôs, adquirem maior proeminência por serem os profissionais e o rosto visível de uma atividade essencial - informar - num momento em que os cidadãos se encontram em isolamento e com grande necessidade de orientação. O *ethos* jornalístico, principalmente a ideia de serviço ao público, como *missão*, parece aflorar nos diversos textos protagonizados pelos pivôs em determinados jornais televisivos. Esta dimensão associa-se ao que já foi referido, na construção gráfica dos estúdios Covid-19, bem como à ideia de celebridade assumida por alguns dos pivôs do *prime-time*, que convocam a sua exposição mediática para "orientar" os espectadores/cidadãos face à pandemia. Estas características distanciam e aproximam a cobertura jornalística do HIV/SIDA da Covid-19. A aproximação vem por meio das dimensões de informar, educar e prevenir. O distanciamento fundamenta-se, em primeiro lugar, no facto de a primeira se debruçar sobre a imprensa e a atual pandemia na televisão. O *medium* determina a linguagem e as características da mensagem. Em segundo lugar, as rotinas delimitadas e rígidas da imprensa contrapõem-se às rotinas mais flexíveis da cobertura televisiva desta pandemia, que alargou blocos noticiosos, encaixou declarações e conferências de imprensa, bem como reportagens e comentários extensos de pivôs. Um outro factor de diferença está relacionado com a atuação do jornalista. Assim, os estudos sobre o HIV/SIDA apontam para uma cobertura que *espelha* um *ethos* comum à *tribo*, já na cobertura da Covid-19, e dado o compromisso com as autoridades sanitárias (DGS), há uma recuperação do *ethos* fundador do jornalismo. Esta retomada da missão original do jornalismo faz-se, contudo, sem abdicar de estratégias próprias ao jornalismo televisivo, como o grafismo dos estúdios e "alguma" linguagem apelativa próxima ao *infotainment* (Brant, 2005; Echverría, 2017). Assistiu-se, por conseguinte, a um fenómeno singular na cobertura televisiva da pandemia que, no período analisado, tendeu a contrariar o sistema mediático híbrido instalado.

Por fim, sublinha-se que, momentaneamente e, talvez de forma "única", o jornalismo televisivo retomou os seus valores fundadores, tanto no que diz respeito

à função informativa de priorizar a notícia - tornar a mensagem perceptível para o grande público - como de ser fonte fidedigna de conhecimento público universal. A ética jornalística regressa ao quotidiano informativo das televisões ao disponibilizar informação precisa, objetiva e de utilidade pública, apesar de "embrulhada" num clima emocional constante, sobretudo presente nos cenários, nas "introduções" e "comentários" protagonizados pelos pivôs. Neste sentido, a crise do jornalismo em Portugal parece ter ficado congelada, de 2 a 18 de março de 2020, pelo aumento de audiências e relevância da informação disponibilizada aos cidadãos, embora se tenha agravado a crise económica do universo empresarial do sector da Comunicação Social.

Referências Bibliográficas

Barnard, M. (2005). *Graphic Design as Communication*. London: Routledge.

Bauer, M. & Gaskell, G. (2002). *Pesquisa qualitativa com texto, imagem e som*. Petrópolis: Vozes.

Berger, P., & Luckman, T. (1967). *The Social Construction of Reality*. Garden City: Doubleday-Anchor.

Brant, K. (2005). Quem tem medo do infotainment. *Revista Media & Jornalismo*, 7, 39-59. Disponível em http://fabricadesites.fcsh.unl.pt/polocicdigital/wp-content/uploads/sites/8/2017/03/n7-02-Kees-Brants.pdf

Bruns, A. (2011). Gatekeeping, gatewatching, real-time feedback: new challenges for Journalism. *Brazilian Journalism Research, 7* (1), 117-136. doi:10.25200/BJR.v7n2.2011.355

Cádima, F. R. (2010). Televisão, Cidadania e «História Única». Uma Análise da Bibliografia Portuguesa Sobre o Jornalismo Televisivo em Portugal. *Revista Media & Jornalismo*, 17(9), 95–117.

Cardoso, J. A. (2002, 17 de março). Com parte do país em casa, as audiências da televisão portuguesa são históricas. *Público*. https://bit.ly/3geIgwH

Carlón, M., & Fechine, Y. (Eds). (s.d./2014). *O Fim da Televisão*. Pernanbuco: Confraria do Vento/UFPE.

Casero-Ripollés, A. (2020). Impact of Covid-19 on the media system. Communicative and democratic consequences of news consumption during the outbreak. *El profesional de la información*, *29*(2), 1-11. doi:10.3145/epi.2020.mar.23

Dayan, D., & Katz, E. (1999). *A História em Directo – Os Acontecimentos Mediáticos na Televisão*. Coimbra: Minerva.

Deuze, M. (2019). What Journalism Is (Not). *Social Media + Society*, *5*(3), 1–4. doi:10.1177/2056305119857202

Echeverría, M. (2017). Political personalization and journalistic infotainment. A frame analysis. *CUADERNOS.INFO,* nº 41. http://www.cuadernos.info

Entidade Reguladora para a Comunicação Social – ERC (2016). *As Novas Dinâmicas do Consumo Audiovisual em Portugal*. Lisboa: ERC.

Entidade Reguladora para a Comunicação Social – ERC (2019). *Relatório de Regulação 2018*. Lisboa: ERC.

Fidalgo, J. (2015). Disputas nas fronteiras do jornalismo. In *Digital Media Portugal – ERC2015* (pp. 35-47). Lisboa: Entidade Reguladora para a Comunicação Social.

Gripsrud, J. (1999). *Television and Common Knowledge*. London: Routledge.

Grupo Marktest (2020). *Notícias semanais em destaque nas TVs*. A Epidemia Convid 19 dominou as notícias de TV da semana de 9 a 15 de março de 2020 segundo os dados da MediaMonitor. Marktest. https://bit.ly/3hRKAKI

Grupo Marktest (2020). *Notícias de TV em março de 2020. Consulte a informação relativa à cobertura noticiosa do mês de março nas TVs, de acordo com os dados do serviço Telenews* da *MediaMonitor*. Marktest. https://bit.ly/30dzMjP

Jespers, J-J. (1998). *Jornalismo Televisivo: Princípios e Métodos*. Coimbra: Minerva.

Katz, E., & Scannell, P. (2009). *The end of television? Its impact on the world* (so far). Thousand Oaks, C.A: Sage Publications.

Mesquita, M. (2003). *O Quarto Equívoco*. Coimbra: Almedina.

Nimmo, B. (2020, March 19). COVID-19 and global supply chains. *KPMG Blog.*
https://bit.ly/2PaHIw4

Observatório da Comunicação - Obercom (2018). *Literacias na sociedade dos Ecrãs*. Lisboa: Obercom. Disponível em https://obercom.pt/literacias-na-sociedade-dos-ecra%cc%83s/

Observatório da Comunicação - Obercom (2020). *Impacto do coronavírus e da crise pandémica no sistema mediático português e global*. Obercom. https://bit.ly/30dP5ZU

Reuters Institute for the Study of Journalism (2019). *Digital News Report 2019.* Oxford: Reuters Institute and University of Oxford.

Statista (2019). Average daily TV viewing time per person in selected countries worldwide in 2016 (in minutes). [*Online*] Retrieved from https://www.statista.com/statistics/276748/average-daily-tv-viewing-time-per-person-in-selected-countries/

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

Traquina, N. (2004). Theory of consolidation in the Theoy of Journalism: a comparative analysis of the news coverage of HIV/SIDA issue for countries. *Journalism*, *5*(1), 97-116. doi:10.1177/1464884904039557

Traquina, N. (2004). *A tribo jornalística*. Lisboa: Editorial Notícias.

Traquina, N. (2014). *Questões Críticas do Jornalismo Contemporâneo*. Lisboa: Aletheia.

Traquina, N. (Org.). (2010). *Do Chumbo à Era Digital: 13 leituras do Jornalismo em Portugal*. Lisboa: Livros Horizonte.

Traquina, N., Cabrera, A., Ponte; C., & Santos, R. (2001). *O Jornalismo Português em análise de casos*. Lisboa: Editorial Caminho.

Traquina, N., Silva, M. T. da, & Calado, V. (2007). *A problemática da SIDA como notícia*. Lisboa: Livros Horizonte.

Zelizer, B. (2004). *Taking Journalism Seriously: News and the Academy*. London: Sage.

Zelizer, B. (2009). Journalism and Academy. In K. Whal-Jorgesen & T. Hanitzch (Eds.), *The Handbook of Journalism Studies* (pp. 29-41). London: Routledge.

Zelizer, B. (2015). Terms of Choice: Uncertainty, Journalism, and Crisis. *Journal of Communication, 65*(5), 888–908. doi:10.1111/jcom.12157

Zelizer, B. (2017). *What Journalism could be*. Malden: Polity Press.

Notas biográficas

Ana Cabrera é Investigadora no Instituto de História Contemporânea da Universidade Nova de Lisboa. O seu trabalho desenvolve-se no âmbito da Comunicação Política, Media e Estudos de Género.

Instituto de História Contemporânea, Universidade Nova de Lisboa
Ciência ID: 9611-32B6-EC8F
ORCID iD:0000-0002-2372-5165

Scopus Author ID: 57160727800
Email: anacabrera@fcsh.unl.pt
Morada institucional: Av. de Berna, 26 C, 1069-061 Lisboa, Portugal

Carla Martins é Professora da Universidade Lusófona de Humanidade e Tecnologias e investigadora integrada do Instituto de Comunicação da Nova (ICNova). Coordenadora da Unidade da Transparência dos Media da Entidade Reguladora para a Comunicação.
Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, ICNOVA – Instituto de Comunicação da Nova
Ciência ID: A419-9671-6152
ORCID iD: 0000-0002-4625-1521
Email: carla.martins@erc.pt
Morada institucional: Av. de Berna, 26 C, 1069-061 Lisboa, Portugal

Isabel Ferin Cunha é Professora Associada/Agregação (aposentada) da Universidade de Coimbra. Foi coordenadora de Projetos FCT, área da Comunicação Política. Investigadora integrada do Instituto de Comunicação da Nova (ICNOVA).
Ciência ID: B411-9FD4-B5FB
ORCID iD: 0000-0001-8701-527X
Scopus Author ID: 56398491100
Email: barone.ferin@gmail.com
Morada institucional: Av. de Berna, 26 C, 1069-061 Lisboa, Portugal

Agradecimentos

Para a realização deste artigo, impõe-se um agradecimento à Marktest/Mediamonitor, pelo acesso concedido ao serviço e-telenews, possibilitando a recolha do *corpus* empírico deste estudo, e a Reinaldo Serrenho, que colaborou na criação da base de dados e na extração dos resultados.

*Submetido | Received: 2020.06.16
*Aceite | Accepted: 2020.07.06

“O que é jornalismo?” - Perceções de estudantes de jornalismo no século XXI

“What is journalism?” - Perceptions of journalism students in the 21st century

https://doi.org/10.14195/2183-5462_37_11

Anabela Sousa Lopes
Instituto Politécnico de Lisboa. Escola Superior de Comunicação Social
Instituto de Comunicação da NOVA – ICNOVA
alopes@escs.ipl.pt

Cláudia Silvestre
Instituto Politécnico de Lisboa. Escola Superior de Comunicação Social
Business Research Unit – BRU-IUL
csilvestre@escs.ipl.pt

Maria José Mata
Instituto Politécnico de Lisboa. Escola Superior de Comunicação Social
Instituto de Comunicação da NOVA – ICNOVA
mmata@escs.ipl.pt

Resumo

Neste artigo analisamos, interpretamos e discutimos os resultados de uma pesquisa realizada no ano letivo de 2019-2020, cujo objetivo foi o de captar as perceções de estudantes de licenciatura e de mestrado em jornalismo, da Escola Superior de Comunicação Social (ESCS), sobre o campo jornalístico, no presente, mas também perspetivado no futuro. Esta pesquisa e a reflexão suscitada inserem-se num projeto de trabalho mais alargado que contemplará outras instituições de ensino e ofertas formativas similares. Está estruturada em três dimensões: diagnóstico, intenções e expectativas. Na primeira, as perguntas focam a perceção do aluno sobre o que é o jornalismo atualmente e o seu papel na sociedade; a segunda refere-se ao modo como os alunos projetam a sua intervenção no debate público como futuros jornalistas e/ou investigadores académicos; a terceira dimensão desafia os alunos a enunciar expectativas sobre o jornalismo que surgirá das convulsões do espaço público, político e cívico. O artigo apresenta as perceções dos estudantes sobre tópicos fundamentais que sustentam as respostas à pergunta que tem norteado várias pesquisas académicas e que dá título a uma das mais conhecidas obras de Nelson Traquina: “O que é jornalismo?”, obra que aqui se assume como base de referência teórica.

Palavras-chave

estudantes de jornalismo; perceções; expectativas; jornalismo contemporâneo

Abstract

In this article, we analyse, interpret and discuss the results of a survey carried out in the academic year of 2019-2020, whose aim was to capture the perceptions of School of Communication and Media Studies undergraduate and master journalism students about the journalistic field. This research is part of a broader work project that includes other institutions and similar courses. It is structured in three dimensions: diagnosis, intentions and expectations. In the first, the questions focus on the student's perception of what journalism is today and its role in society; the second refers to the way in which students project their intervention in the public debate as future journalists and / or academic researchers; the third dimension challenges students to point out expectations about journalism that arises from the upheavals of the public, political and civic space. The article presents students' perceptions of fundamental topics that support the answers to the question that has guided various academic's researches, and which gives a title to one of Nelson Traquina's most known works: "What is journalism?". We will assume this work as the main theoretical frame.

Keywords

journalism students; perceptions; expectations; contemporary journalism

Introdução

Passaram-se quatro décadas após a criação da primeira licenciatura em estudos dos media em Portugal – inicialmente designada em Comunicação Social, na Universidade NOVA de Lisboa, em 1979. Uma das vertentes do curso era precisamente a área do Jornalismo, contudo "o primeiro curso que optou pela designação de Jornalismo data de 1993 e foi implementado na Universidade de Coimbra" (Sousa, 2011, p.3). Hoje, a maioria dos jornalistas portugueses (67,2%) passaram pelo ensino superior (Miranda e Gama, 2019), o que significa uma mudança notável, não apenas no caminho para ingressar na profissão, mas também na maneira de pensar e praticar o jornalismo. O pensamento dominante sobre o jornalismo será bem diferente daquele que Nelson Traquina lembra, a propósito da criação da Escola de Jornalismo na Faculdade Católica de Lille, em 1924. Defrontavam-se "três opções pedagógicas em França: os discípulos da tarimba, os defensores de uma formação profissionalizante insistindo nas aprendizagens técnicas e os partidários de uma formação intelectual fundamental" (Traquina, 2002, p.69).

Em Portugal, o jornalismo no ensino superior tem vindo a caminhar no sentido de fazer confluir a dimensão reflexiva e a dimensão da *praxis* jornalística nos planos de estudos dos cursos de Ciências da Comunicação/Jornalismo. E esse é um percurso comum aos dois subsistemas, universitário e politécnico, cuja distinção existe legalmente, mas que não se reflete substantivamente nos planos de estudos e na perceção que os estudantes, nomeadamente, têm sobre eles[1]. Ainda assim, Pedro Coelho defende que essa distinção é uma realidade.[2]

---

[1] Cf. Marinho, Sandra (2015). Jornalismo e Formação em Mudança: Modelos e Construções na Análise do Caso Português, pp.448 e 449.

[2] Ainda sobre a distinção entre o ensino universitário e o ensino politécnico, e num sentido

Também o espetro de abordagem das pesquisas académicas se tem alargado, devedor das mutações mediáticas das últimas décadas. Contudo, os trabalhos de investigação produzidos pela academia portuguesa sobre diferentes vertentes do jornalismo – rotinas produtivas, valores éticos, relação do jornalismo com a democracia, ensino do jornalismo, entre muitas outras – não incluem, na sua grande maioria, a expectativa dos estudantes sobre o seu futuro enquanto jornalistas. Essa fase de formação académica, prévia ao exercício da profissão, tem projetado questões que se relacionam maioritariamente com a perceção dos diferentes atores – estudantes, docentes e jornalistas – sobre o ensino do jornalismo, o mercado de trabalho, a caracterização socioprofissional dos jornalistas, os valores do jornalismo. (Marinho, 2015; Coelho, 2013; Rebelo, 2011; Garcia, 2009; Fidalgo, 2001; Pinto e Sousa, 1999).

A nível internacional, destacamos as pesquisas de Mellado et al., 2013, que comparam sete países no que respeita à perceção dos estudantes de jornalismo sobre os valores da profissão; Nygren *et al*., 2010, que elegeram três instituições universitárias russas e três suecas num estudo comparativo que se centra nos valores do jornalismo, em particular na liberdade de imprensa; Blaagaard, 2013, que coloca no centro da pesquisa o conceito de objetividade para recolher as opiniões de estudantes de jornalismo sobre o jornalismo do cidadão e o futuro do jornalismo profissional; Ana Milojevic *et al*., que desafiaram os estudantes de jornalismo da Universidade de Belgrado a pronunciarem-se sobre o seu futuro no jornalismo, entendido como sistema, profissão e cultura. Com ângulos e metodologias diferentes, estas pesquisas convocam os estudantes a inscrever as suas vozes no campo da reflexão sobre os desafios do jornalismo contemporâneo, que está emoldurado por uma nova ecologia dos media, que o constrange de várias formas. A pressão do tempo, por exemplo, nunca foi tão evidente, o que leva à publicação de informações erradas, causando danos significativos à opinião pública. Os futuros jornalistas estão cientes desse impacto? Como entendem a sua responsabilidade como agentes de mudança? Qual o seu olhar sobre um cenário frequentemente traçado "a negro", tanto por jornalistas quanto por académicos, no que respeita a reconfigurações de redações, precariedade de contratos de trabalho, interesses económicos de poder, redução de tempo e espaço para reunir e tratar informações? E como pretendem lidar com essas restrições?

O nosso artigo propõe-se como um contributo para a extensão do conhecimento sobre as preocupações, inquietações e reflexões dos estudantes de jornalismo sobre o presente, mas também sobre o futuro de um campo repleto de incertezas.

Esse contributo tem como base um estudo localizado na Escola Superior de Comunicação Social, do Instituto Politécnico de Lisboa – estudo esse que integra um

---

diferente das considerações de Sandra Marinho, sugere-se a leitura da tese de doutoramento de Pedro Coelho (2014), intitulada "A formação académica para o jornalismo do século XXI: sobre questões de prática e técnica. Jornalismo e mercado - os novos desafios colocados à formação". Na pág. 532, o autor defende que "os cursos universitários e politécnicos estabelecem a comunicação como eixo central do plano de estudos, mas o papel que esta exerce, em cada um deles, é diferente. No caso dos cursos politécnicos, a comunicação associa-se diretamente à prática profissional, atribuindo-lhe significado; nos cursos universitários, a comunicação produz a síntese das influências das humanidades e das ciências sociais e transporta esses resultados para a variante profissional, tornando-a mais reflexiva". Na nossa perspetiva, a existir esta diferença, importaria demonstrar de que forma ela se traduz no exercício da profissão e na organização das redações dos órgãos de comunicação social portugueses.

levantamento mais vasto, alargado a outras instituições – incidindo nas respostas a um inquérito aos estudantes de jornalismo daquela Escola. A procura continuada de formação académica por parte dos futuros jornalistas coloca-os num patamar de observação fundamental para tentar perceber do que se fala quando se fala de jornalismo e qual a margem de intervenção que, como futuros profissionais, percecionam ter nessa definição. O inquérito foi organizado em três grupos de questões, cada um deles explorando uma dimensão distinta: 1. a do diagnóstico sobre a profissão, tendo em conta a definição das práticas que lhe estão associadas, os valores que as sustentam e a projeção social dos jornalistas; 2. a das intenções que os estudantes percecionam sobre o seu papel na sociedade quer como vigilantes dos poderes, quer como influenciadores, quer como contribuintes para o debate e para a investigação académica; 3. a das expetativas sobre hipotéticas mudanças de fundo no modo como se conceberá e praticará o jornalismo no futuro.

Enquadramento teórico

Pensar o jornalismo a partir de diferentes ângulos é um exercício académico recorrente nas salas de aula das faculdades de comunicação. Colocados perante reflexões teóricas, estudos de caso, projetos editoriais e práticas simuladas, os estudantes são, desde o início do seu percurso escolar, convidados a posicionar-se face à questão: "O que é o jornalismo"?

A definição, por si, é instável. Eduardo Meditsch (1997), há duas décadas, ensaiou a resposta a partir de uma outra pergunta: "O jornalismo é uma forma de conhecimento?". Chamando a atenção para os prós e contras de conceber o jornalismo como mais do que um retransmissor de conhecimento, o autor acaba por responder afirmativamente à questão, enfatizando a "exigência sobre a formação profissional dos jornalistas, que deixam de ser meros comunicadores para se transformarem em produtores e reprodutores de conhecimento" (Meditsch, 1997, p.12). Esta exigência apontada por Meditsch cobre as sucessivas alterações a que o jornalismo foi sendo sujeito, colocando-o como mediador central da experiência social. O jornalismo assume hoje várias formas e é por isso que, como refere Barbie Zelizer, as diversas definições que dele tendem a ser formuladas têm tando de insuficientes como de úteis:

> O jornalismo é um fenómeno que pode ser visto de várias maneiras - como um sexto sentido, um recipiente, um espelho, uma história, uma criança, um serviço, uma profissão, uma instituição, um texto, pessoas, um conjunto de práticas. Essas formas de pensar sobre o jornalismo sugerem vários caminhos pelos quais podemos abordar o jornalismo, a imprensa e os *media* noticiosos. Eles são úteis aqui porque cada um oferece uma maneira de pensar sobre como a imprensa poderia funcionar melhor do que hoje funciona. E ao considerar seu papel na democracia (...), não pode haver objetivo mais adequado. T.N. (Zelizer, 2005, p. 76)[3]

[3] No original: "Journalism is a phenomenon that can be seen in many ways-as a sixth sense, a container, a mirror, a story, a child, a service, a profession, an institution, a text, people, a

Numa das suas obras mais emblemáticas – à qual "roubámos" propositadamente o título deste artigo – Nelson Traquina (2002, p.9) assume, igualmente, a dificuldade da tarefa: "É absurdo pensar que podemos responder à pergunta «o que é o jornalismo?» (...) Mas sejamos corajosos e tentemos". Nessa tentativa de resposta vai desvendando, ao longo do livro, "certas questões-chave que são essenciais para a compreensão da actividade [*sic*]" (Traquina, 2002, p.18) tais como o seu enquadramento nas sociedades democráticas, a cultura e a identidade profissionais, a responsabilidade social dos jornalistas ou os contextos da produção noticiosa. "Poeticamente poder-se-ia dizer que o jornalismo é a vida contada nas notícias(...) em todas as suas dimensões, como uma enciclopédia" (Traquina, 2002, p. 9).

A fluidez da definição encontra eco quer no surgimento de novas formas de fazer e consumir notícias quer na falta de consenso e de diálogo na investigação académica (Deuze, 2005; Schudson, 2003; Zelizer, 2000), onde se cruzam saberes e perspetivas distintas.

Por princípio, o jornalismo estabelece um vínculo com a realidade – "a transgressão da fronteira entre realidade e ficção é um dos maiores pecados da profissão de jornalista" (Traquina, 2020, p. 10) - e coloca o bem público como estandarte da sua ideologia (Deuze, 2005, p.447), não prescindindo de valores como verdade, rigor, imparcialidade, objetividade. Os jornalistas devem produzir notícias de interesse público, esforçando-se por não permitir que os seus preconceitos interfiram nesse processo. Estes valores estão inscritos na generalidade dos códigos de ética profissional que orientam os jornalistas na sua prática diária. Como refere Traquina (2002, p.135), ser jornalista "implica a partilha de um *ethos* que vem sendo afirmado há mais de 150 anos. Mas, ser jornalista também implica crença numa constelação de valores, a começar pela liberdade".

No centro da relação entre jornalismo e democracia coloca-se precisamente o conceito de liberdade. Daí que a existência de censura, seja ela inerente a regimes políticos autoritários, ou dissimulada nos interstícios das sociedades supostamente regidas por valores que sustentam a democracia, não possa ser compatível com a prática do jornalismo, livre, por definição. Os ataques ao jornalismo e à sua independência têm sido recorrentes nos últimos anos, inclusive em democracias ocidentais onde a liberdade de expressão e de imprensa era dada por adquirida. Face à realidade mundial, os jornalistas portugueses gozam hoje de uma liberdade significativa[4], quase cinco décadas decorridas da instauração de um regime democrático, pese embora a degradação das condições laborais e a precariedade que atinge sobretudo os que estão a chegar à profissão, com os profissionais a chamarem a atenção para os riscos que daí decorrem para a sua independência e autonomia[5].

---

set of practices. These ways of thinking about journalism suggest various routes through which we might approach journalism, the press, and the news media. They are useful here because each offers a way to think about how the press could work better than it does today. And in considering its role in democracy (…), there can be no more suitable aim." (Zelizer, 2005, p. 76)

[4] Portugal ocupa a 10ª posição (entre 180 países) na Classificação Mundial da Liberdade de Imprensa da organização Repórteres Sem Fronteiras relativa a 2020. Cf. https://rsf.org/pt/classificacao#

[5] O *Estudo sobre os Efeitos do Estado de Emergência no Jornalismo no Contexto da Pandemia Covid-19*, desenvolvido pelo Centro de Administração de Políticas Públicas e pelo Insti-

Na notícia, a unidade definidora por excelência do jornalismo moderno, reside toda a força de uma atividade que pertence ao universo da comunicação, mas que não se limita a promover o diálogo entre diferentes agentes sociais; o jornalismo molda e condiciona o quotidiano, vigia os poderes, conduz a formação de opinião, tem implicações diretas na tomada de decisão dos cidadãos. Como tal, a independência e a autonomia são condição fundamental para o seu exercício.

Nesta cadeia de interdependências conceptuais, Traquina sublinha que a autonomia do jornalismo "é indispensável para garantir outro valor essencial para os jornalistas: a credibilidade" (Traquina, 2002, p.137). A falha, o erro, ainda que não intencionais, abalam profundamente a credibilidade do trabalho jornalístico. O jornalista esteve sempre exposto ao risco de ser enganado pelas suas fontes, de deixar escapar algum facto que numa investigação altera o sentido do todo, por isso não existe nada de verdadeiramente novo quando falamos na importância de fazer um trabalho aturado, que implica verificação e confronto de informações.

Contudo, com o fim da era do monopólio da informação detido pelo jornalismo, marcado pela utilização generalizada da Internet, o jornalismo tem percorrido um caminho árduo, competindo muitas vezes com variados fluxos de informação travestidos de jornalismo. A credibilidade é, hoje, um valor maior a proteger, aos olhos de públicos cuja literacia mediática e jornalística não é suficiente para destrinçar o que é informação veiculada por qualquer cidadão nas redes sociais, de jornalismo produzido com regras próprias, nomeadamente éticas e deontológicas. A manipulação da verdade é o fator inimigo da credibilidade e o campo jornalístico tem de continuar a combater todas as formas de desinformação – hoje, mais elaboradas tecnologicamente e com maior alcance nas comunidades - e a via mais eficaz será a de fazer bom jornalismo: com rigor, clareza, honestidade e até coragem.

Neste conjunto de aceções, a presença pálida do conceito de objetividade não significa a sua desvalorização, apenas a assunção da sua impossibilidade. Todavia, se epistemologicamente assim o consideramos – como valor a perseguir, ainda que inatingível – ele não desapareceu do discurso dos estudantes de jornalismo, estabelecendo-se uma equivalência entre objetividade e verdade. Em nenhuma das fases do trabalho jornalístico será possível obliterar o sujeito implicado – o jornalista mas, também, as fontes de que este se socorre – o que inviabiliza a presença da objetividade; similarmente, a verdade, na sua complexidade poliédrica, não se esgota na materialidade dos factos e só existe enquanto versão dos sujeitos que sobre ela operam. Assim, Mário Mesquita acrescenta que, na relação do jornalista com o público, deverá estar implícita "uma «conduta de objectividade»

---

tuto de Ciências Sociais, da Universidade de Lisboa, pelo Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, da Universidade do Minho, e pelo Centro de Estudos Interdisciplinares do Século XX, da Universidade de Coimbra em parceria com a Comissão da Carteira Profissional de Jornalista, o Sindicato dos Jornalistas e a Sopcom (Associação Portugesa de Ciências da Comunicação), publicado em julho de 2020, dá conta da agudização da tendência de precarização e da perceção generalizada de retração em relação ao mercado e às progressões na carreira. (Camponez et. al, 2020). Esta situação já havia dominado as discussões no 4º Congresso dos Jornalistas, realizado em 2017, cuja resolução final enuncia, no seu primeiro ponto: "*As condições em que se exerce hoje o jornalismo, pilar da democracia, comprometem o direito constitucional à informação, indispensável para o exercício pleno da democracia.*" Resolução disponível em: https://www.clubedejornalistas.pt/?p=13273

que o distinga do ficcionista, do actor de teatro e de cinema, do relações públicas e do publicitário. Sem esse compromisso com o 'real', o jornalismo destrói a razão de ser da sua existência e dilui-se no vasto oceano dos outros géneros de comunicação" (Mesquita, 2003, p. 214).

Estas reflexões, que seguem a matriz da discussão, na academia e fora dela, sobre o que "é" ("pode" e "deve") ser o jornalismo, permitem-nos esboçar, a seguir, a auscultação dos estudantes, futuros jornalistas, sobre as suas perceções acerca do campo e da sua margem de intervenção nele. Essas perceções começarão por ser medidas para efeitos de diagnóstico, tendo em conta: os valores fundadores da ideologia profissional como a liberdade, a credibilidade e a obediência às normas de deontologia profissional; o reconhecimento social e profissional, traduzido pelo estatuto social, pela remuneração auferida e pela importância que o seu trabalho tem na tomada de decisão diária dos indivíduos; e as práticas profissionais, onde a dinâmica das redes é suscetível de alterar a forma como os jornalistas investigam e de instabilizar a distinção entre o que é produzido pelo jornalismo e por outras áreas da comunicação. Numa segunda dimensão, medimos as intenções da intervenção dos futuros jornalistas no espaço público, tendo em conta o potencial de influência e vigilância dos poderes que tradicionalmente é atribuído ao jornalismo e a possibilidade de contribuir para um diálogo mais efetivo entre profissionais e académicos. Numa terceira dimensão, procurámos medir as expectativas dos estudantes sobre: o fortalecimento ou enfraquecimento de valores tão arreigados à prática jornalística como a credibilidade, a autonomia, a independência e a objetividade; as condições de satisfação e de exercício da profissão, tendo ainda em conta indicadores específicos como o *stress* ou a retribuição salarial; e a relevância do jornalismo para a manutenção das democracias.

Metodologia

Tendo como pano de fundo o enquadramento teórico atrás referido, conduziu-se um estudo localizado nos estudantes de jornalismo da ESCS, partindo das seguintes hipóteses de trabalho:

H1. Existe uma perceção distinta, por parte dos estudantes de jornalismo da ESCS, sobre o modo como se faz jornalismo hoje e como se fará no futuro;
H2. Os estudantes de jornalismo da ESCS percecionam uma perda de influência do jornalismo no futuro;
H3. Os estudantes fazem um diagnóstico positivo da forma como o jornalismo preserva os seus valores;
H4. A credibilidade e a objetividade são valores expectáveis de permanência no futuro;
H5. A experiência jornalística prévia dos estudantes modifica a forma como percecionam as práticas e o mercado de trabalho.
H6. A perceção dos alunos quanto aos desafios do jornalismo contemporâneo difere consoante (a) serem alunos do 1º ou 3º da licenciatura e (b) estarem a frequentar a licenciatura ou o mestrado.

Para testar as hipóteses anteriormente mencionadas foi elaborado um questionário tendo por base outros estudos com objetivos semelhantes (ex. Robert G. Picard, 2015 e Gunnar Nygren, 2016). O questionário encontra-se dividido em quatro partes: (1) a caracterização do respondente, onde se questiona o género, a idade, a formação académica e profissional; (2) o diagnóstico aborda os valores, a relevância social e as práticas profissionais; (3) nas intenções pretende-se conhecer como o inquirido perceciona a sua intervenção no debate púbico como futuro jornalista e/ou investigador académico; e também (4) as expectativas sobre que jornalismo(s) emergirá(ão) da desordem política e cívica do espaço público. No final do questionário foi criado um espaço de resposta aberta destinado a comentários, sugestões ou esclarecimentos.

Para avaliar a opinião dos respondentes sobre cada uma das dimensões de análise - o diagnóstico, as intenções e as expectativas - foram consideradas várias perguntas, todas numa escala de Likert de 5 pontos (1- Discordo totalmente; 2 - Discordo; 3 - Não concordo nem discordo; 4 - Concordo; 5- Concordo totalmente).

Para verificar a consistência e adequabilidade do questionário foi realizado um pré-teste, o que levou a fazer pequenos ajustes em algumas questões. A consistência interna do questionário foi avaliada através do coeficiente Alfa de Cronbach, as dimensões Diagnóstico e Expectativas apresentaram valores razoáveis, mas a dimensão Intenções não apresentou uma boa consistência interna. No alargamento deste estudo no futuro, já previsto, será necessário repensar o conjunto de perguntas a usar para avaliar corretamente esta dimensão.

O questionário foi distribuído a alunos de licenciatura e de mestrado em Jornalismo, da Escola Superior de Comunicação Social[6], através da plataforma de disponibilização de questionário online - *Google Forms*. O *link* foi disponibilizado aos alunos por correio eletrónico, garantindo o anonimato das respostas. O questionário esteve disponível entre 25 de maio e 25 de junho de 2020.

A análise dos dados foi realizada recorrendo ao software estatístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) versão 26. Começou-se por fazer uma análise descritiva da amostra univariada e bivariada. Para se perceber se existiam diferenças entre grupos de estudantes, nomeadamente alunos do 1º ano *versus* 3º ano, alunos de licenciatura *versus* mestrado e alunos com experiência profissional *versus* sem experiência realizou-se o teste não paramétrico Mann-Whitney. A escolha deste teste deve-se às respostas serem expressas numa escala de Likert, por isso não serem quantitativas, e também por se pretender comparar dois grupos independentes.

Análise dos resultados

Um total de 94 alunos responderam ao questionário sendo 84 de licenciatura e 10 de mestrado; 54 são do género feminino e 40 do género masculino, com idades compreendidas entre os 19 e os 29 anos, sendo que a grande maioria, 82 alunos, têm entre 19 e 22 anos. Estes dados confirmam a realidade da ESCS, onde há mais

[6] A amostra contempla o universo dos alunos inscritos nos diferentes anos destes cursos no ano letivo de 2019-2020. O período de recolha coincidiu com mudanças no regime de ensino, ditadas pela situação de pandemia de Covid-19, fator que dificultou a resposta dos estudantes.

alunos de licenciatura do que de mestrado, 216 (75%) e 73 (25%) respetivamente. A população é jovem, 181 (72%) alunos têm idades compreendidas entre os 18 e os 22 anos e é maioritariamente feminina, sendo 187 (65%) estudantes do género feminino e 102 (35%) do masculino.

As respostas dos alunos de licenciatura e mestrado distribuíram-se pelos vários anos: 31 do 1º ano, 22 do 2º ano e 40 do 3º ano. Quanto à experiência profissional, apenas 14 já trabalharam na área do jornalismo, sendo que metade destes teve 1 ano de experiência de trabalho. Enquanto metade dos alunos que estão a frequentar o mestrado já tiveram a oportunidade de exercer a profissão, na licenciatura apenas 9 dos alunos tiveram essa experiência.

Após a caracterização dos estudantes que responderam ao questionário, passemos a analisar as suas opiniões.

Diagnóstico

Quando solicitados a fazer o diagnóstico da profissão, os estudantes foram questionados sobre três domínios: os valores que a orientam, a relevância social que tem, e as práticas que se executam. Relativamente aos valores, a maioria dos estudantes acha que o jornalismo tem perdido credibilidade (61 estudantes). Grande parte (42) considera que os jornalistas infringem a ética e a deontologia profissional, embora aqui as opiniões estejam muito divididas, uma vez que 34 discordam ou discordam totalmente. A censura no jornalismo é igualmente percebida de modo distinto, dado o número de estudantes que a reconhecem e que a negam é exatamente igual - 36; ainda há 23 que nem concordam nem discordam com a existência de censura. Apesar disso, a larga maioria reconhece que o jornalismo é um dos bastiões da democracia, 85 estudantes (Tabela 1).

	Concordo totalmente	Concordo	Não concordo nem discordo	Discordo	Discordo totalmente
O jornalismo tem perdido credibilidade.	14	47	15	16	2
Os jornalistas infringem frequentemente princípios éticos e deontológicos	5	37	18	31	3
Há censura no jornalismo.	4	32	23	33	3
O jornalismo é um garante da democracia.	59	26	4	3	2

Tabela 1: Diagnóstico: Os valores do jornalismo
Fonte: Elaborada pelas autoras

A relevância social do jornalismo é igualmente reconhecida, tendo em conta os *itens* definidos no inquérito. O aspeto menos positivo é a remuneração, apontada por 80 estudantes, que consideram que o jornalismo não é uma profissão bem remunerada. Já o reconhecimento do estatuto social da profissão é apontado por 41. O jornalismo é ainda tido como sendo importante para a tomada de decisão das pessoas sobre vários aspetos da sua vida (com 87 de respostas), o que reforça a

importância da agenda e a perceção do papel que os jornalistas continuam a ter, neste domínio (Tabela 2). Embora considerem que a profissão não é bem remunerada, nem tem o reconhecido estatuto social, os alunos, ainda assim, fazem um diagnóstico positivo quanto à importância do jornalismo como veículo de informação para que a sociedade possa tomar decisões conscientes e consequentemente ser um pilar da democracia.

	Concordo totalmente	Concordo	Não concordo nem discordo	Discordo	Discordo totalmente
O jornalismo é uma profissão com reconhecido estatuto social.	7	34	21	26	6
O jornalismo é uma profissão bem remunerada.	0	2	12	45	35
O jornalismo é importante para as pessoas tomarem decisões sobre vários aspetos da sua vida.	50	37	4	2	1

Tabela 2: Diagnóstico: Relevância social
Fonte: Elaborada pelas autoras

Aspeto relevante é a clara distinção, ao nível das práticas, que os estudantes fazem entre os conteúdos que pertencem ao território do jornalismo e os de outras profissões (68 reconhece-o), e do uso cada vez mais recorrente das redes sociais como fonte de informação (70 respostas) (Tabela 3).

	Concordo totalmente	Concordo	Não concordo nem discordo	Discordo	Discordo totalmente
Os jornalistas produzem conteúdos diferentes dos de outros profissionais da comunicação.	30	38	15	8	3
Os jornalistas utilizam cada vez mais as redes sociais como fonte de informação.	24	46	12	9	3

Tabela 3: Diagnóstico: Práticas profissionais
Fonte: Elaborada pelas autoras

As opiniões, perspetivas e expectativas dos inquiridos não diferem muito consoante os alunos sejam do 1º ou do 3º ano, de licenciatura ou de mestrado, tenham ou não experiência profissional. De acordo com os resultados obtidos pelo teste não paramétrico Mann-Whitney e considerando o nível de significância de 0,10, apenas foram identificadas diferenças de opinião, em relação às afirmações: 'Os jornalistas infringem frequentemente princípios éticos e deontológicos' ($z_{Mann\text{-}Whitnhey}$= -1,993 e p=0,054); 'O jornalismo é uma profissão com reconhecido estatuto social' ($z_{Mann\text{-}Whitnhey}$= -1,815 e p=0,070) e 'Os jornalistas utilizam cada vez mais as redes sociais como fonte de informação' ($z_{Mann\text{-}Whitnhey}$= -1,737 e p=0,082).

No que se refere à questão sobre se os jornalistas infringem frequentemente princípios éticos e deontológicos, os alunos de licenciatura apresentam uma maior tendência para concordar e os de mestrado para discordar (Figura 1).

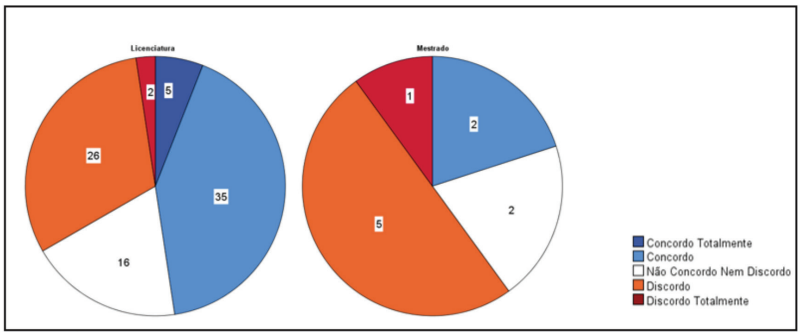


Figura 1: Os jornalistas infringem frequentemente princípios éticos e deontológicos
Fonte: Elaborado pelas autoras

Mais de metade dos alunos do 1º ano concordam que o jornalismo é uma profissão com reconhecido estatuto social. Mas os alunos do 3º ano não são unânimes; as suas opiniões variam principalmente entre concordarem, discordarem, mas também não saberem se concordam ou discordam (Figura 2).

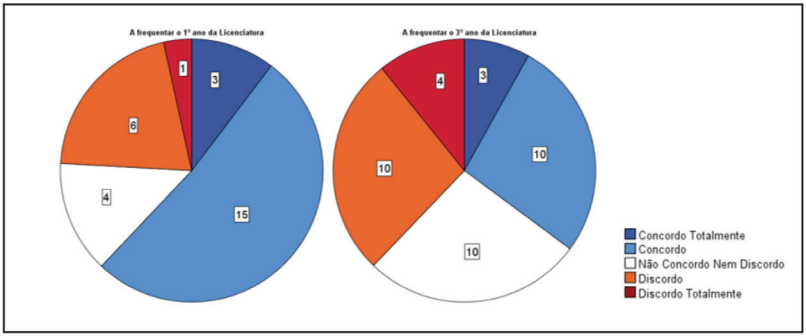


Figura 2: O jornalismo é uma profissão com reconhecido estatuto social
Fonte: Elaborado pelas autoras

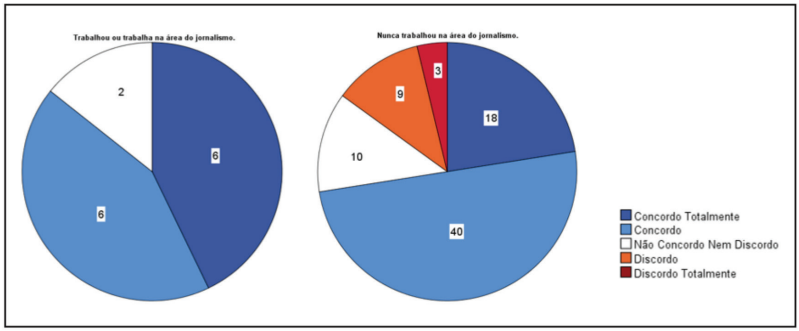


Figura 3: Os jornalistas utilizam cada vez mais as redes sociais como fonte de informação
Fonte: Elaborado pelas autoras

Quanto ao uso das redes sociais todos, quer sejam alunos de licenciatura ou de mestrado, concordam que são usadas como fonte de informação. Contudo, existem ligeiras diferenças entre quem já trabalhou, que concorda totalmente ou concorda, e quem não trabalhou. Embora a grande maioria dos alunos que ainda não tiveram experiência profissional na área também concorde que cada vez mais as redes sociais são usadas, são também eles os únicos a discordar, ainda que residualmente, que existe esse aumento do recurso às redes sociais como fonte de informação (Figura 3).

Intenções

Quando passamos da dimensão de diagnóstico para a das intenções (onde os estudantes projetam a sua intervenção no espaço público como futuros jornalistas) é interessante notar que os inquiridos vaticinam uma perda de influência dos jornalistas no futuro: apenas 23 consideram que os jornalistas serão os principais influenciadores sociais. Se tivermos em conta que, na dimensão de diagnóstico, os inquiridos consideraram, por larga maioria, que o jornalismo é importante para a tomada de decisão na vida das pessoas, temos uma dissonância clara entre o que se entende ser o que é e deve ser o jornalismo e aquilo que se antevê que possa ser a capacidade de intervenção dos futuros profissionais na mudança da situação.

Essa perda de influência é, por outro lado, e de forma aparentemente contraditória, acompanhada da expectativa de que os jornalistas continuarão a dever vigiar todos os poderes públicos e privados (68 respostas) (Tabela 4) e de que o jornalismo será fundamental para a sobrevivência da democracia (83 alunos concordam ou concordam totalmente) (Tabela 5).

	Concordo totalmente	Concordo	Não concordo nem discordo	Discordo	Discordo totalmente
Os jornalistas serão os principais influenciadores sociais.	4	19	24	39	8
Os jornalistas deverão vigiar todos os poderes públicos e privados.	25	43	19	4	3
Os investigadores académicos ajudarão cada vez mais os jornalistas a compreender o seu papel na sociedade.	14	41	28	6	5

Tabela 4: Intenções
Fonte: Elaborada pelas autoras

	Concordo totalmente	Concordo	Não concordo nem discordo	Discordo	Discordo totalmente
O jornalismo será fundamental para a sobrevivência da democracia.	50	33	8	2	1
A credibilidade continuará a ser o valor mais importante para o jornalismo.	40	36	7	9	2
A objetividade deixará de ser a grande máxima do jornalismo.	6	25	30	24	9
O jornalista no futuro terá mais independência e autonomia.	3	22	37	27	5
O jornalismo será profissionalmente mais satisfatório e gratificante no futuro.	1	16	40	31	6
O jornalismo sofrerá alterações nas práticas e conteúdos: contemplará outras formas de ser e fazer: mais freelancers, projetos independentes.	25	57	10	1	1
Os vínculos contratuais serão mais instáveis.	20	43	23	6	2
Jornalismo será mais stressante do que outras profissões.	28	38	23	4	1

Tabela 5: Expectativas
Fonte: Elaborada pelas autoras

Expectativas

Entre a dimensão do diagnóstico e a das expectativas verifica-se uma mudança na perceção sobre o peso de um dos valores base do jornalismo: a credibilidade. Existe, do ponto de vista das expectativas, a opinião de que a credibilidade continuará a ser o valor mais importante para o jornalismo (76 respostas), pese embora no diagnóstico os inquiridos terem indicado que o jornalismo tem vindo a perdê-la. Ou seja, está bastante enraizada a convicção de que este valor em perda deve ser recuperado como condição de sobrevivência do próprio jornalismo. Por sua vez, a objetividade, conceito cuja definição e aplicação tem cedido espaço relativamente às noções de transparência e equidade, continuará esbatida como grande máxima do jornalismo. A perda de independência e autonomia e a menor satisfação e gratificação com o trabalho desenvolvido pelos jornalistas são indicadores negativos relativamente ao modo como o jornalismo emergirá da atual desordem política e cívica do espaço público. Embora alguns alunos se identifiquem com estas ideias, grande parte ainda não tem uma opinião formada uma vez que assinalou a opção não concordo nem discordo (37 no caso da autonomia e independência e 40 quanto à satisfação e gratificação). A estas expectativas estão ligadas as convicções de que os vínculos contratuais serão mais instáveis, de que o jornalismo será mais stressante do que outras profissões (63 e 66 alunos, respetivamente) e de que haverá, neste contexto, lugar para o surgimento de novas formas de jornalismo, sendo a convicção de 82 dos inquiridos (Tabela 5). Este é o único aspeto em que se nota que a perceção, por parte dos estudantes de jornalismo da ESCS, sobre o modo como se faz jornalismo hoje irá diferir da forma como se fará no futuro.

Por fim, e como referimos anteriormente, no final do questionário os respondentes poderiam utilizar um campo destinado a comentários, sugestões ou esclarecimentos. Os únicos comentários, muito breves, de duas alunas de licenciatura e dois alunos de mestrado (todos sem experiência de trabalho) sublinham a preocupação com a defesa da verdade - em perigo, na torrente de informações veiculadas nas plataformas digitais -, considerada condição indispensável para a recuperação da credibilidade do jornalismo.

Conclusão

O estudo realizado, ainda que com uma dimensão exploratória face ao estudo mais alargado onde se integra, revela claramente que existe uma leitura – por parte dos estudantes - do que é o jornalismo muito marcada pelo contexto laboral e por um conjunto de práticas menos abonatórias sinalizadas no campo jornalístico, mas também fora dele, por agentes de desinformação exteriores à profissão. No entanto, essa leitura negativa, que refere a perda de credibilidade e deixa antever alguma descrença quanto ao papel que os futuros profissionais têm para mudar este cenário, não se reflete naquilo que é o reconhecimento da importância do jornalismo na sociedade: ele é um garante da democracia, espera-se que vigie e ajude a escrutinar os diferentes poderes.

O desencontro entre as perceções sobre o jornalismo praticado atualmente e as expectativas sobre o jornalismo que acolherá estes estudantes deverá questionar-nos sobre o papel das instituições de ensino. Note-se que as perceções dos estudantes do 1º e do 3º ano de licenciatura, e sobretudo dos que já têm acesso ao mercado de trabalho, são menos negativas do que as daqueles que se encontram a meio do percurso académico. Em que momento e em que circunstâncias do processo formativo os estudantes desenvolvem uma visão mais negativa sobre o jornalismo? Estará a academia a exacerbar os obstáculos, as fragilidades e a falência de um certo tipo de jornalismo que os futuros jornalistas já não vão conhecer? A transformação parece fazer parte das expectativas destes estudantes, se tivermos em conta que 82 (75 dos 84 alunos de licenciatura e 7 dos 10 alunos de mestrado) defendem que ela ocorrerá nas práticas e nos conteúdos jornalísticos. Faltará perceber se isto significa que encaram esse futuro com esperança ou como uma fatalidade; se se projetam como agentes de mudança e de revitalização do jornalismo ou se a resignação já está anunciada.

Seja como for, acreditamos que, apesar de todos os constrangimentos, a profissão de jornalista continuará a ter os seus valores próprios e "uma identidade profissional, isto é, um *ethos*, uma definição da maneira como deve ser (jornalista)/estar (no jornalismo)" (Traquina, 2002, p.131).

Referências bibliográficas

Blaagaard, B. B. (2013). Shifting boundaries: Objectivity, citizen journalism and tomorrow's journalists. *Journalism*, *14*(8), 1076–1090. doi:10.1177/1464884912469081

Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*, *6*(4), 442–464. doi:10.1177/1464884905056815

Camponez, C., Miranda, J., Fidalgo, J., Garcia, J. L., Matos, J. N., Oliveira, M., ... Silva, P. A. (2020). *Estudo sobre os Efeitos do Estado de Emergência no Jornalismo no Contexto da Pandemia Covid-19*. Relatório. Lisboa: Sopcom. https://jornalistas.eu/webdev/wp-content/uploads/2019/11/Relatório-COVID-19-Jornalismo.pdf

Coelho, P. (2014). A formação académica para o jornalismo do século XXI: sobre questões de prática e técnica. Jornalismo e mercado - os novos desafios colocados à formação (Tese de Doutoramento). Disponível em http://hdl.handle.net/10362/12109

Fidalgo, A. (2001). O ensino do jornalismo no e para o século XXI. BOCC http://www.bocc.ubi.pt/pag/fidalgo-antonio-ensino-jornalismo-internet.pdf

Garcia, J. L. (Org.). (2009). *Estudos sobre os Jornalistas Portugueses. Metamorfoses e encruzilhadas no limiar do séc. XXI*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.

Hovden, J.F., Nygren G., & Zilliacus-Tikkanen, H. (Eds). (2017). Becoming a Journalist: Journalism Education in the Nordic Countries. *European Journal of Communication*, *32*(3), 287–288. doi:10.1177/0267323117711752a

Marinho, S. (2015). Formação em jornalismo numa sociedade em mudança: modelos, percepções e práticas na análise do caso português (Tese de Doutoramento). Disponível em http://hdl.handle.net/1822/19819

Mellado, C. et al. (2013). The pre-socialization of future journalists - An examination of journalism students' professional views in seven countries. *Journalism Studies*, *14* (6), 857–874. doi:10.1080/1461670X.2012.746006

Meditsch, E. (1997). O jornalismo é uma forma de conhecimento? Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Covilhã: Universidade da Beira Interior. http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-jornalismo-conhecimento.html

Mesquita, M. (2003). *O Quarto Equívoco – O Poder dos Media na Sociedade Contemporânea*. Coimbra: MinervaCoimbra.

Milojevic, A. et al (2016). The Future of Journalism as a System, Profession and Culture: The Perception of Journalism Students. *Medijska istraživanja*, *22*(2), 83-105.
doi:10.22572/mi.22.2.5

Miranda, J., & Gama, R. (2019). Os jornalistas portugueses sob o efeito das transformações dos media. Traços de uma profissão estratificada. *Análise Social*, (230), 154-177. doi:10.31447/AS00032573.2019230.07

Nygren, G., Degtereva, E., & Pavlikova, M. (2010). Tomorrow's journalists: Trends in the development of the journalistic profession as seen by Swedish and Russian students. *Nordicom Review*, *31*(2), 113–133. doi:10.1515/nor-2017-0133

Picard, R. G. (2015). Journalists' Perceptions of the Future of Journalistic Work. Report for the *Reuters Institute for the Study of Journalism*. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/our--research/journalists-perceptions-future-journalistic-work

Pinto, M., & Sousa, H. (1999). Journalism education at Universities and journalism schools in Portugal. BOCC - http://www.bocc.ubi.pt/pag/pinto-manuel-sousa-helena-ensino-jornalismo1.pdf

Resolução Final do 4º Congresso dos Jornalistas Portugueses. 4º Congresso dos Jornalistas Portugueses. 16 de janeiro de 2017. https://www.clubedejornalistas.pt/?p=13273

Sousa, J.P. (2011). A discussão sobre a introdução do ensino superior do jornalismo em Portugal: das primeiras menções ao primeiro curso de graduação. BOCC - http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-adiscussao-sobre-a-introducao-do-ensino-superior-do-jornalismo-em-portugal.pdf

Schudson, M. (2003). *Sociology of News*. New York: W.W. Norton.
Traquina, N. (2001). *O Estudo do Jornalismo no Século XX*. Vale do Rio dos Sinos: Unisinos.
Traquina, N. (2002). *O que é Jornalismo*. Lisboa: Quimera.
Zelizer, B. (2000). 'What is Journalism Studies?'. *Journalism 1*(1), 9–12. doi:10.1177/146488490000100102
Zelizer, B. (2005). Definitions of Journalism. In G. Overholser and K. H. Jamieson (Eds.), *Institutions of American Democracy: The Press* (pp. 66-80). New York: Oxford University Press.

Notas biográficas

Anabela de Sousa Lopes é Professora Coordenadora da Escola Superior de Comunicação Social, do Instituto Politécnico de Lisboa, onde coordena o Curso de Licenciatura em Jornalismo. É investigadora integrada do Instituto de Comunicação da NOVA – ICNOVA

Ciência ID: 7B1B-2E0B-21BC
ORCID iD: 0000-0002-6587-1427
Email: alopes@escs.ipl.pt
Morada institucional: Campus de Benfica do IPL, 1549-014 Lisboa, Portugal

Cláudia Silvestre é Professora Adjunta Escola Superior de Comunicação Social, do Instituto Politécnico de Lisboa. É Presidente do Conselho de Representantes e coordenadora da Secção de Estatística. Membro associado do Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL), Business Research Unit (BRU-IUL), Lisboa, Portugal.

Ciência ID: DA12-EF3F-C7CD
ORCID iD: 0000-0002-8850-4304
Email: csilvestre@escs.ipl.pt
Morada institucional: Campus de Benfica do IPL, 1549-014 Lisboa, Portugal

Maria José Mata é Professora Adjunta da Escola Superior de Comunicação Social, do Instituto Politécnico de Lisboa, onde coordena o Curso de Mestrado em Jornalismo. É investigadora integrada do Instituto de Comunicação da NOVA – ICNOVA.

Ciência ID: 1D1C-1B70-6F29
ORCID iD: 0000-0002-3819-4459
Email: mmata@escs.ipl.pt
Morada institucional: Campus de Benfica do IPL, 1549-014 Lisboa, Portugal

* Submetido| Received: 2020.08.16
* Aceite | Accepted: 2020.09.15

Populismo em Portugal: o factor media

Populism in Portugal: the media factor

https://doi.org/10.14195/2183-5462_37_12

Estrela Serrano
Instituto de Comunicação da NOVA – ICNOVA
estrela.serrano@sapo.pt

Resumo

Partidos populistas têm obtido sucesso eleitoral na Europa ultrapassando partidos que dominaram o sistema partidário nas últimas décadas. As explicações para o sucesso destes partidos têm-se centrado essencialmente nas desigualdades económicas entre países, na insegurança e no aumento da imigração e do número de refugiados. A importância do populismo não pode ser hoje ignorada. Em Portugal, o sistema partidário tem-se mantido estável com dois partidos hegemónicos ao centro (Partido Socialista e Partido Social Democrata) alternando entre si no poder, com ou sem coligações com partidos mais pequenos à direita ou com acordos à esquerda, estes últimos na legislatura de 2016-2019. As eleições legislativas de 2019 vieram contudo provocar um "abanão" na estabilidade do sistema com a entrada no Parlamento de três novas formações políticas e o enfraquecimento dos dois partidos situados à direita do espectro parlamentar.

Com base nas abordagens conceptuais do populismo este artigo procura manifestações desse fenómeno no discurso político do líder do novo partido parlamentar Chega, tal como representado na imprensa e na televisão, em três acontecimentos que obtiveram grande mediatização. Concomitantemente, a análise procura perceber até que ponto os media podem funcionar como catalisadores ou inibidores de causas e sentimentos populistas. A análise de discurso e a análise de conteúdo são os principais instrumentos de análise utilizados.

Palavras-chave

comunicação política; processo democrático; media; populismo; jornalismo; estratégias discursivas

Abstract

Populist parties have achieved electoral success in Europe overtaking parties that have dominated the party system in recent decades. The explanations for the success of these parties have centered essentially on economic inequalities between countries, insecurity and an increase in immigration and in the number of refugees. The importance of populism cannot be ignored today. In Portugal, the party system has remained stable with two hegemonic parties at the center (Socialist Party and Social Democratic Party) alternating between them in power, with or without coalitions with smaller parties on the right or with agreements on the left, the latter in the 2016-2019 legislature. The 2019 legislative elections, however, caused a "shake-up" in the stabil-

ity of the system with the entry into Parliament of three new political formations and the weakening of the two parties located to the right of the parliamentary spectrum.

Based on conceptual approaches to populism, this article seeks manifestations of this phenomenon in the political discourse of the líder of the new parliamentary party Chega, as represented in the press and on television, on the occasion of three events that achieved great media coverage. The analysis seeks to understand the extent to which the media can act as catalysts or inhibitors of populist causes and feelings. Discourse analysis and content analysis are the main analysis tools used.

Keywords

political communication; democratic process; media; populism; journalism; discursive strategies

1. Introdução

Este artigo pretende homenagear a memória e o legado científico de Nelson Traquina. O fenómeno aqui analisado - o *populismo e os media* - não era ainda visível em Portugal, na última vez que o encontrei, em Outubro de 2018, numa das suas curtas deslocações a Portugal. Mas a presidência populista de Donald Trump constituía já para ele motivo de inquietação e de reflexão. Para Traquina era claro que o fenómeno chegaria a Portugal e que era preciso estudá-lo não apenas na sua vertente estritamente política mas sobretudo mediática. O legado científico de Nelson Traquina continua hoje a ser uma base essencial para compreender os desafios que fenómenos como o populismo representam para os media e o jornalismo. Este artigo é de certa maneira um contributo para a compreensão desses desafios.

O populismo não é um fenómeno dos nossos dias. Como afirmou Ionescu já em 1969 (citado em Gidron e Bonikowski, 2013, p. 3),

> (…) não pode, no momento, haver dúvida sobre a importância do populismo. Mas ninguém é bem claro sobre exatamente o que é. Como doutrina ou como movimento, é evasivo e protetivo. Move-se em todos os lugares, mas em muitas e contraditórias formas.

Na literatura comparada existe concordância geral em que o populismo é conflituante, camaleónico, ligado à cultura e dependente do contexto (Taggart, 2000; Arter, 2010). Nas suas várias formas o populismo prevalece em diferentes países e regiões. De acordo com Gidron e Bonikowski (2013), uma boa definição de populismo consiste em encará-lo como uma estratégia política através da qual um líder personalista busca ou exerce o poder executivo com base no apoio direto, não mediado e não instituído, de um grande número de seguidores em grande parte não organizados. Independentemente da sua ideologia, os líderes de movimentos e partidos populistas possuem características comuns que contribuem claramente para a sua popularidade e para o seu sucesso político; na maioria dos casos são figuras carismáticas e sabem como lidar com os media. Embora não representem o povo, consideram-se parte integrante dele. Em geral, adoptam atitudes extravagantes e procuram temas controversos que atraem a atenção dos media.

O populismo é um conceito central nos debates actuais sobre política e media. O termo é usado em diferentes contextos e com diferentes significados por cientistas sociais e jornalistas para referirem diversos fenómenos. Mudde e Kaltwasser (2017) definem populismo como uma ideologia que divide a sociedade em dois campos antagónicos - o "povo puro" versus a "elite corrupta" - e privilegia acima de tudo a vontade geral do povo.

Independentemente de sua ideologia, os líderes dos movimentos populistas e respectivos partidos têm geralmente características em comum que contribuem para sua popularidade: na maioria dos casos, são figuras carismáticas com bom conhecimento dos media, recursos que se combinam para garantirem notoriedade pública e visibilidade mediática que usam como capital político para atingirem os seus objetivos (Mazzoleni, 2003). Faz parte da estratégia dos líderes populistas tocarem assuntos sensíveis de interesse popular, por exemplo a imigração que assegura constante interesse dos media. Pode dizer-se que quase todos os líderes populistas exibem personalidades extravagantes e buscam agendas altamente controversas que atraem o escrutínio dos media.

Carisma pessoal e conhecimento dos media tiveram um papel significativo nas origens e subsequente construção de movimentos populistas. Segundo Mazzoleni (2003, p. 2) a pesquisa mais recente sobre ciência política desconsiderou amplamente estes dois atributos porque o carisma não é mensurável, enquanto os meios de comunicação usam metodologias que não se coadunam facilmente com a abordagem da maioria dos trabalhos de ciência política. De facto, a literatura sobre populismo confirma que são poucos os trabalhos que se debruçam sobre como os media funcionam como iniciadores ou catalisadores de sentimentos públicos favoráveis aos líderes populistas.

Com base na literatura sobre o populismo na Europa e na América Latina, o artigo analisa representações desse fenómeno na cobertura jornalística dos temas e do discurso político do líder de um dos novos partidos que adquiriu representação no parlamento português nas eleições legislativas de 2019. O corpus de análise abrange as edições eletrónicas dos principais diários e televisões nacionais e a análise incide sobre a cobertura de quatro acontecimentos (casos) ocorridos em 2019 e 2020 que alcançaram grande mediatização. Trata-se de uma abordagem exploratória que não pretende ser estatisticamente representativa.

2. Populismo: abordagens conceptuais

De acordo com Hawkins (2010), o estudo do populismo não é de hoje, porém falta consenso sobre questões básicas de definição e operacionalização do conceito. Num trabalho sobre o Chavismo na Venezuela, este autor defende que o populismo é uma visão maniqueísta do mundo expressa numa linguagem identificável não através de um léxico específico mas de elementos difusos como tom, metáfora e tema. Para Hawkins (2010), o populismo não é totalmente anti-democrático mas não é pluralista. Movimentos populistas como o Chavismo não são apenas o produto de crises económicas, globalização ou insatisfação com a democracia, embora esses fatores contribuam para ele. Hawkins (2010) defende uma abordagem do populismo que coloque as ideias no centro da investigação usando a análise qualitativa tradicional do discurso.

Por seu turno, Albertazzi (2008) refere que o populismo se baseia numa premissa democrática radical, segundo a qual o "povo" visto como uma entidade moral homogénea e o seu "senso comum" devem sempre prevalecer e ter precedência sobre qualquer restrição institucional, constitucional e internacional, como sejam tratados, direitos humanos, proteção das minorias, decisões judiciais, organismos reguladores, etc. O apelo ao "povo" ou à "nação" repousam numa desvalorização de qualquer outra divisão funcional.

Os líderes populistas baseiam a sua influência em recursos pessoais em vez de em organizações intermediárias, como os partidos políticos, e vêem quaisquer instituições fora de seu controle como obstáculos a serem contornados ou superados. Não têm um compromisso firme com ideologias e princípios, concentrando-se na busca do poder pessoal e encaram os adversários como ameaças profundas.

Fatores ideológicos e sociais podem ser definidos como condições que facilitam o surgimento do populismo. No entanto, as condições mais significativas para o sucesso do populismo são políticas. Mény e Surel (2002) indicam três condições políticas decisivas para o surgimento do populismo contemporâneo: (1) a crise dos partidos políticos enquanto estruturas de intermediação política; (2) a personalização do poder político; (3) o crescente papel dos media na vida política. Para estes autores, apesar de essas condições serem em grande parte produto irreversível das sociedades contemporâneas, funcionam de maneiras diferentes em diferentes países. É o peso relativo dessas condições e a sua combinação com diferentes situações sociais que abre espaço ao populismo. De facto, embora os partidos políticos, enquanto estruturas de intermediação política, tenham enfraquecido em quase todos os sistemas políticos, o populismo não surgiu em todos eles. Da mesma forma, a política tornou-se personalizada em todas as democracias contemporâneas mas os líderes populistas não surgiram em todas elas.

Num trabalho sobre as motivações que levam muitos cidadãos a aderirem ao populismo, Elchardus e Spruyt (2014) concluíram que o populismo aparece principalmente como uma reação a um diagnóstico social que se traduz no sentimento de que a sociedade está em declínio, incapaz de enfrentar os novos desafios da diversidade e da globalização. Muitos cidadãos sentem que os padrões de sociabilidade e de bem-estar, a economia e a democracia estão a ser minados e que a crescente diversidade cria tensão e conflitos. As causas são atribuídas à incapacidade dos políticos de encontrarem soluções adequadas e daí a crença em soluções de senso comum, como impedir a imigração, diminuir a diversidade e fechar fronteiras. O populismo surge nesse contexto como uma política de esperança capaz de resolver problemas onde a política tradicional falhou. Para Elchardus e Spruyt (2014), uma melhor compreensão dos sentimentos de privação e de declínio que caracterizam muitas sociedades constituiria um passo importante para explicar a ascensão do populismo.

3. Abordagens metodológicas para o estudo empírico do populismo

Apesar das dificuldades em torno de uma definição fechada de populismo, é possível identificar claramente as principais características do fenómeno de modo a per-

mitir análises comparativas em contextos diversos. Gidron e Bonikowski (2013) concentraram a investigação em três principais abordagens conceptuais que emergem da ciência política e da sociologia: populismo como ideologia, como estilo discursivo e como forma de mobilização política. Vejamos como a literatura as distingue e que estratégias podem ser delineadas para a sua operacionalização.

a. Populismo como *ideologia*

Uma definição do populismo como ideologia foi sugerida por Mudde (2004, p. 543) numa série de estudos que se concentram principalmente nos partidos populistas de direita europeus e que consideram a sociedade separada em dois grupos homogéneos e antagônicos: "o povo puro" versus "a elite corrupta". A ideologia é definida como um conjunto de ideias vagamente inter-relacionadas e não como sistemas de pensamento enquadrados na teoria política. Definir o populismo como uma ideologia tem implicações na forma de investigar o tema. Se o populismo é visto principalmente como um conjunto de ideias, os estudos empíricos incidem preferencialmente no programa, nos documentos internos do partido e nas declarações dos atores políticos, através de análises qualitativas.

b. Populismo como *estilo discursivo*

Uma abordagem alternativa define o populismo como um estilo discursivo ao invés de uma ideologia.

Analisando o populismo na América Latina, de la Torre (2000, p. 4) define populismo como uma "retórica que constrói a política como a luta moral e ética entre o povo e a oligarquia". Por seu turno, adotando uma perspectiva comparada que analisa os casos de populismo no tempo e no lugar, Hawkins (2009, 2010) define o populismo como um discurso maniqueísta que atribui uma dimensão moral binária a conflitos políticos. No mesmo espírito, Kazin (1995), na sua análise histórica do populismo americano, define o populismo como uma linguagem usada por aqueles que afirmam falar pela maioria dos americanos. Para Kazin, o populismo não é uma ideologia que capta as crenças fundamentais de atores políticos particulares, mas sim um modo de expressão política usado seletiva e estrategicamente pela direita e pela esquerda.

Apesar das claras semelhanças entre as abordagens ideológica e discursiva, as diferenças possuem implicações teóricas e metodológicas significativas. Considerar o populismo como um estilo discursivo pressupõe a sua operacionalização como instâncias específicas de expressão política (Bos et al., 2013) em vez de como atributos essenciais de partidos políticos ou líderes políticos que podem ser apreendidos por uma simples dicotomia populista/não populista. Dado que os atores políticos podem moldar e reformular a sua retórica e o seu estilo mais facilmente do que a sua ideologia oficial, essa distinção permite identificar variações entre diversos tipos de políticas populistas e entre actores políticos (Hawkins, 2009; Pauwels, 2011). Num plano teórico, Laclau (2005 p. 16) elimina da análise do populismo qualquer atitude de condenação ética.

c. Populismo como *estratégia política*

Em contraste com as abordagens ideológica e discursiva alguns investigadores encaram o populismo como *estratégia política*. Esta abordagem, particularmente prevalecente entre sociólogos e cientistas políticos que estudam a América Latina, (Madrid, 2008 p. 482) relaciona o populismo como a forma de organização política que visa a redistribuição económica e a nacionalização dos recursos naturais com apoio de uma fração significativa da população, contra os interesses económicos da maioria da população. É um "populismo de esquerda". O que importa aqui não é o conteúdo das políticas ou o estilo do discurso dos atores políticos mas sim a relação dos líderes com os eleitores. O populismo como estratégia política coloca a ênfase na identidade do líder e na sua relação com o povo. Pressupõe estruturas partidárias centralizadas na figura do líder carismático. Taggart (2000, p. 101) nota que precisamente devido à ausência de valores o populismo assenta na personalidade do líder. Contudo, a personalidade do líder como elemento fundamental do populismo é desvalorizada por Barr (2009) baseado em casos de populismo sem líder carismático (o Perú de Alberto Fujimore). Barr (2009, p. 38) vê o populismo como "um movimento de massas liderado por um *outsider* ou dissidente que busca obter ou manter o poder usando apelos *anti-establishment* e ligações plebiscitárias".

Por seu turno, Jansen (2011) considera que as três abordagens - populismo como *ideologia, estilo discursivo e estratégia política* - não são mutuamente exclusivas e sublinha duas dimensões do populismo: mobilização e discurso. A mobilização populista é definida como qualquer projeto político de larga escala que mobilize setores sociais até agora marginalizados em ações políticas publicamente visíveis e controversas, ao mesmo tempo que articula uma retórica nacionalista anti-elite que valoriza as pessoas comuns e postula a unidade social natural e a virtuosidade inerente ao "povo "" (Jansen, 2011, p. 84) em oposição com a "elite" antipopular.

Embora os autores apontem para áreas de sobreposição entre estas três abordagens, enfatizam as suas diferenças teóricas, uma vez que essas diferenças possuem implicações relevantes no estudo empírico do populismo.

4. O factor media

A mediatização da comunicação política é indissociável da comercialização dos media e da luta pelas audiências, fenómenos que não sendo de hoje se relacionam com a dinâmica do populismo uma vez que constituem o pano de fundo adequado a mensagens populistas. A política-espectáculo e o primado da imagem exigem que os líderes políticos sejam bons "atores", capazes de dominarem os instrumentos da representação e de chegarem a uma audiência ávida de emoções. Taguieff (2002) destaca o domínio da televisão por líderes populistas e afirma que o populismo já se transformou em telepopulismo. Os líderes populistas encontram na televisão o meio por excelência para um discurso espetacular e emocional sobre a realidade social e política.

Des Freedman (2018) aponta responsabilidades aos media na disseminação do populismo, nomeadamente a sua orientação para o mercado e a obediência à lógi-

ca comercial em detrimento dos valores culturais. O autor identifica falhas na indústria, nas políticas e na regulação dos media, que considera capturadas por interesses privados ignorando o interesse público. Porém, refere também causas estruturais relacionadas com o racismo, a insegurança e o desencanto com o sistema político.

A literatura sobre populismo confirma que os media podem funcionar como catalisadores de reivindicações populistas transformando-se, ainda que inconscientemente, em aliados de líderes populistas (Mazzoleni, 2003, p. 2). Por seu turno, estes utilizam determinadas estratégias para captarem a atenção e o apoio dos media. Os traços de personalidade, o estilo de comunicação, a aparência física das principais figuras dos partidos e movimentos populistas funcionam como pólos de atração dos media populares e tabloides. No entanto, para ser eficaz, um líder populista recorre a técnicas de gestão da comunicação correspondentes à crescente profissionalização da ação política. Mazzoleni et al. (2003) identificam as principais componentes das estratégias de comunicação dos líderes populistas: 1) colocar-se no papel de oprimido; 2) dominar as técnicas profissionais de comunicação; 3) contactar as massas; 4) ter acesso aos media; 5) criar eventos; 6) promover ataques táticos aos media.

Num número especial da revista *The International Journal of Press/Politics* dedicado ao tema, de Vreese et al (2018, p. 3) propõem como base conceptual para a compreensão do populismo encará-lo como fenómeno de comunicação - "uma expressão do conteúdo da comunicação política e do estilo de comunicação política". De Vreese et al. partem da constatação de que para alcançarem os efeitos pretendidos as ideias populistas são melhor comunicadas discursivamente. A abordagem destes autores combina a visão do populismo centrada na ideologia de Mudde (2004) com a abordagem de Hawkin (2010) centrada no discurso, definindo este como combinando elementos de ideologia e retórica. Os autores invocam a crescente percepção entre os cientistas políticos de que o discurso é de importância crucial para a compreensão do populismo. Estudos sobre fenómenos populistas na Europa (Albertazzi, 2008) mostram que líderes e movimentos parecem muitas vezes depender de alguma cumplicidade mediática. Em muitos casos, os meios de comunicação podem ter contribuído para a legitimação de questões, palavras-chave e estilos de comunicação típicos dos líderes populistas. Contudo, o fator mediático não é a única variável a considerar. Ou seja, o papel dos media não pode ser separado dos outros fatores estruturais como a natureza do sistema político e as especificidades políticas sociais e culturais. A insatisfação relativa à política e aos políticos não é certamente provocada pelos meios de comunicação social mas ao alimentarem e manterem na agenda pública esse descontentamento os media criam um clima suscetível de ser explorado por políticos populistas.

Sendo a televisão o meio onde a política-espectáculo melhor se afirma, é também o que melhor serve de pano de fundo a manifestações de populismo. Porém, no contexto actual em que a paisagem mediática já não é dominada pelos media tradicionais, as redes sociais e outras plataformas digitais são cada vez mais importantes no modo como as pessoas acedem à informação e se envolvem na política e na vida pública. Não obstante, como refere Mazzoleni (2003, p. 2) a relação entre o populismo e os media tem merecido escassa investigação académica. Este artigo pretende ser um contributo para a análise dessa relação em Portugal no contexto que se seguiu às eleições legislativas de 2019.

5. As eleições legislativas de 6 de Outubro de 2019: os novos partidos com representação parlamentar

Até às eleições legislativas de 2019 a opinião publicada e os media nacionais eram unânimes na constatação de que os movimentos e os partidos populistas não tinham sucesso em Portugal, ao contrário do que acontecia noutros países europeus, como a Hungria, a Polónia a Finlândia ou a América de Trump e o Brasil de Bolsonaro. De facto, em Portugal o sistema partidário manteve-se estável até então, com dois partidos hegemónicos ao centro - Partido Socialista (PS) e Partido Social Democrata (PSD) - alternando entre si no poder, com ou sem coligações com os partidos mais pequenos à direita (Centro Democrático Social, CDS) ou com acordos à esquerda (Bloco de Esquerda – BE - e Partido Comunista Português, PCP), estes últimos na legislatura de 2016-2019. As eleições legislativas de 2019 vieram provocar um "abanão" na estabilidade do sistema com a entrada no Parlamento de três novas formações políticas e o enfraquecimento dos dois partidos (PSD e CDS) à direita do espectro parlamentar.

As eleições de 2019 alteraram pois significativamente o quadro parlamentar, não obstante os dois partidos maioritários desde 1975 se terem mantido como tal. Três novos partidos – Chega, Iniciativa Liberal e Livre[1] - elegeram, cada um, um deputado adquirindo representação parlamentar. (Figura 1)

PARTIDOS PARLAMENTARES	VOTAÇÃO	Nº DE DEPUTADOS
Partidos Socialista (PS)	36,34%	108
Partido Social Democrata (PSD)	27,76%	79
Bloco de Esquerda (BE)	9,52%	19
Coligação Democrática Unitária (CDU)*	6,33%	12
Centro Democrático Social (CDS)	4,22%	5
Pessoas Animais e Natureza (PAN)	3,32%	4
Chega	1,29%	1
Iniciativa Liberal	1,29%	1
Livre	1,09%	1

Figura 1: Resultados das eleições legislativas 2019
*Coligação entre o PCP e o Partido Ecologista Os Verdes
Votos Brancos: 2,51%; Nulos: 2,36%.
Fonte: https://www.legislativas2019.mai.gov.pt/

[1] O LIVRE viria a perder representação parlamentar em 3 de Fevereiro de 2020 em virtude de ter entrado em conflito com a sua deputada única que se manteve no Parlamento como deputada independente.

Na distribuição dos assentos parlamentares, os deputados do Chega e da Iniciativa Liberal situam-se nas bancadas à direita e a deputada do Livre à esquerda. Embora a aritmética parlamentar tenha mantido uma maioria de esquerda (PS+BE+PCP) o PS optou por não formalizar qualquer acordo prévio com estes partidos.

Tratando-se de um governo minoritário sem acordos parlamentares, a estabilidade da governação ficou dependente de votações pontuais, transformando o Parlamento no centro da decisão política. Paralelamente, a expectativa criada em torno dos novos partidos ainda durante a campanha eleitoral contribuiu também para reforçar a atenção dos media ao Parlamento que se tornou o palco privilegiado de exibição dos novos partidos e dos seus líderes. O facto de os três novos partidos terem apenas um deputado acentuou a tendência de personalização da cobertura jornalística (Serrano, 2006), em prejuízo dos programas e das propostas para o país, apesar de em dois deles – Iniciativa Liberal e Livre– os deputados eleitos não serem os líderes[2].

Nas redes sociais, particularmente no Facebook, as postagens dos líderes destes dois partidos foram objecto de grande número de visualizações e partilhas, em particular do líder do Chega devido às polémicas em que se envolveu. As edições eletrónicas dos media analisados reproduziram postagens de André Ventura no Facebook.

6. Objectivos e metodologia

O presente artigo analisa o populismo enquanto "expressão do conteúdo e do estilo de comunicação política" (de Vreese et al, 2018, p.3) do líder do novo partido Chega, André Ventura, e incide sobre a cobertura jornalística de quatro acontecimentos (casos) que mereceram larga referência nos media tradicionais, em particular nas suas edições electrónicas. Trata-se de uma análise de tipo qualitativo que não pretende ser estatisticamente representativa. O objectivo é identificar na mediatização das intervenções públicas de André Ventura relativas a esses acontecimentos os temas e o estilo discursivo apontados na literatura de referência como marcas de populismo (Kazin, 1995; Gidron e Bonikowski, 2013).

Os casos cuja cobertura jornalística se analisa são:

(1) Debate parlamentar do programa do novo governo saído das eleições legislativas de 2019 (03/10/2019 e 01/11/2019);
(2) Manifestação das forças de segurança pública frente ao Parlamento (21/10/2019).
(3) Proposta devolução do património das ex-colónias portuguesas às comunidades de origem (28/01/2020).
(4) Proposta de criação de um plano específico de confinamento para as comunidades ciganas, durante a pandemia COVID 19 (08/05/2020)

[2] O líder da Iniciativa Liberal abandonou o partido cerca de dois meses após o acto eleitoral, sucedendo-lhe na liderança o deputado eleito. Quanto ao Livre, como já foi referido, viria a perder representação parlamentar em virtude de divergências profundas com a única deputada eleita que passou ao estatuto de deputada independente.

A escolha do líder do Chega deve-se ao interesse que a sua figura polémica e mediática desperta nos meios políticos e jornalísticos. Atente-se na descrição que dele faz o historiador Riccardo Marchi:

> Líder jovem, assertivo, mediático, politicamente pragmático e ideologicamente flexível – características liquidadas como oportunismo e vazio pneumático pelos críticos e celebradas como facetas estrategicamente funcionais na época pós-ideológica pelos apoiantes – é uma figura inédita no espaço à direita do CDS desde 1974.[3]

No mesmo artigo, o autor define o Chega como "um partido populista de direita de cunho liberal-conservador para captar o maior número de descontentes de todo o espectro político e da abstenção".

Na escolha do Chega e do seu líder pesou sobretudo o facto de lhe serem reconhecidas características que na literatura são atribuídas aos líderes populistas[4], entre as quais, (1) um bom conhecimento dos media e da sua linguagem - André Ventura foi até recentemente comentador de futebol num canal de televisão (CMTV) onde representava um dos maiores clubes de futebol do País e comentava assuntos jurídicos, e detinha uma coluna de opinião no jornal do mesmo grupo empresarial, *Correio da Manhã*, o diário português de maior audiência;[5] e possui forte presença nas redes sociais, entre as quais, um canal no Youtube[6]; (2) tem como tema central da sua agenda política os imigrantes e os ciganos, temas significativos na origem de movimentos populistas (Mazzoleni, 2003); (3) aposta na crítica ao regime constitucional vigente como estratégia para ganhar e exercer o poder (Hawkins, 2010); (4) usa um estilo retórico com um discurso simplista e polarizador (Müller, 2016); (5) apresenta-se como uma corporização da vontade popular[7] contra as elites e as instituições políticas e sociais estabelecidas; (6) confessa a sua admiração por líderes e partidos populistas (o italiano Salvini[8]

---

[3] Riccardo Marchi, "um Olhar exploratório sobre o partido Chega", in *Observador*, 21/12/2019. https://observador.pt/opiniao/um-olhar-exploratorio-sobre-o-partido-chega/ (acedido em 14/05/2020).

[4] "André Ventura, líder do Chega, no seu programa político define-oum "partido securitário" e da "direita identitária", pugnando por "uma política comum de defesa contra a invasão maciça dos países do sul do mediterrâneo", pela abolição das "autorizações de residência para 'proteção humanitária'" e pelo estabelecimento de "uma lista de países seguros na origem", a la Donald Trump." (acedido em 11/05/2020) https://www.dn.pt/edicao-do-dia/02-nov-2019/o-populista-andre-e-o-politicamente-correto-ventura-11463959.html

[5] Em maio de 2020 André Ventura deixou de ser colaborador da CMTV e do jornal *Correio da Manhã*. Segundo a direção deste jornal, citada pelo *Expresso* (19/05/2020), "recentes posições do deputado do Chega colocam em causa os direitos previstos na Constituição."

[6] https://www.youtube.com/channel/UC-Wo4qU-W0CNd-9Q23GIWKg (acedido em 13/05/2020).

[7] Num *post* publicado no Facebook, André Ventura escrevia em Outubro de 2019, sobre a razão de crescimento do Chega "nas sondagens e na rua": "Porque já não é só a nossa voz individual, os nossos desejos e as nossas ambições. O CHEGA é a voz de um povo inteiro farto de corrupção e de impunidade." https://www.dn.pt/poder/ciganos-imigrantes-e-prisoes-o-que-diz-andre-ventura-11379814.html (acedido em 16/05/2020).

[8] Em artigo de opinião no *jornal i*, Ventura considera Mateo Salvini "uma lufada de ar fresco" https://ionline.sapo.pt/artigo/667871/-a-lufada-de-ar-fresco-de-salvini?seccao=Opini%C3%A3o (acedido em 11/05/2020).

e o partido espanhol Vox)[9]; (7) incita a mudanças sociais e políticas radicais (Bartolini, 2011) com propostas de alteração do regime constitucional português[10]; (8) não tem um compromisso firme com ideologias e princípios[11].

Na sua página oficial na internet[12], o Chega apresenta-se como

> (…) um partido de base e natureza essencialmente popular. Nasce da profunda incapacidade dos partidos e dos Partidos / Movimentos políticos existentes em lidar com as rápidas mudanças em curso por toda a Europa quer a nível económico-financeiro quer do ponto de vista ético e sociológico.[13]

No seu programa político[14] Ventura diz-se "liberal e conservador". Propõe-se "recentrar o regime e refundar o sistema", "demolir a III República" e "construir a IV República."

7. Casos em análise

(1) Debate parlamentar do programa do Governo (30 e 31 de Outubro e 1 de Novembro de 2019)

O debate parlamentar do programa do governo é um acontecimento-chave da democracia portuguesa de cuja aprovação depende o início de uma nova legislatura. Das eleições de 2019 resultou, como atrás se refere, um novo quadro parlamentar com a entrada de três novos partidos. A expetativa dos media e da opinião pública recaía sobre estes, sobretudo no mais votado, o Chega, por um lado, pela personalidade mediática e controversa do seu líder, André Ventura; por outro, porque surgia como o primeiro líder de um partido português com um discurso assumidamente de ruptura com o sistema político vigente. A sua primeira intervenção formal como deputado líder de um partido[15] foi o debate parlamentar do programa do Governo. Nela estão presentes as ideias-chave e os chavões que viriam a ganhar centralidade nas suas intervenções - as minorias, a segurança, a corrupção, as elites, "nós" os que trabalhamos e "eles" os que vivem de subsídios - e chavões como os "subsídio-dependentes" e a palavra "vergonha". Os media dedicaram-lhe atenção e captaram algumas dessas ideias-chave:

---

[9] Riccardo Marchi (2019), op. cit.

[10] "Hei de quebrar o sistema político português, acabar com a III República e iniciar uma outra, demore o tempo que demorar." (*Jornal de Notícias* acedido em 11/05/2020).
https://www.jn.pt/nacional/canal/legislativas-2019/andre-ventura-admirador-de-matteo--salvini-quer-quebrar-a-iii-republica--11289240.html

[11] Riccardo Marchi, op. cit.

[12] https://partidoChega.pt/

[13] https://partidoChega.pt/

[14] https://partidochega.pt/programa-politico-2019/

[15] Segundo o semanário *Expresso*, a primeira intervenção de André Ventura no Parlamento foi vista 452 mil vezes. https://expresso.pt/politica/2020-05-15-Ventura-aproveita-casos-e-polemicas--para-travar-queda-nas-sondagens.-Sera-que-a-estrategia-vai-resultar- (acedido em 15/05/2020).

Escreve a edição electrónica do *Público*[16]: "André Ventura trouxe para plenário a crítica aos subsídio-dependentes que «vivem à conta do Estado» em contraste com os portugueses que são chamados todos os dias a trabalhar»".

Ventura refere-se ao rendimento mínimo de inserção criado pelo governo socialista destinado a apoiar socialmente pessoas com rendimentos baixos. A mesma ideia surge mais clara na peça da *SIC Notícias*[17] relativa à mesma intervenção de Ventura:

> Este Governo diz no seu programa que quer alargar a habitação pública, imagine-se, aqueles de sempre, aqueles que já conhecemos e que o Governo chama minorias de vários tipos, minorias de vários géneros, esqueceu a ampla maioria de portugueses que trabalham, que pagam impostos, e que se esforçam por ter uma vida digna (…) e apresentou um programa de Governo que não refere, igualmente, os agentes e as forças de segurança.

A palavra "vergonha" surge em vários contextos no discurso de André Ventura, como refere a *TVI*[18]:

> Na sua primeira intervenção durante o tempo dedicado ao debate sobre o Programa de Governo (…) o parlamentar do Chega usou por diversas vezes a palavra "vergonha", incluindo para classificar o XXII Governo Constitucional.(…) "É uma vergonha, sobretudo quanto tivemos em plena campanha eleitoral mais uma mulher que foi morta por alguém que devia estar na cadeia e não estava"

As "forças de segurança" são juntamente com os imigrantes dois temas colocados recorrentemente em pólos opostos no discurso do líder do Chega. Na sua intervenção, citado pela *TVI*, acusou o governo de "ignorar e humilhar as forças de segurança e nem sequer ousar tocar nos problemas de segurança do país." (…) "Onde estão as medidas para combater as esquadras fechadas" ou "os suicídios nas forças policiais?"

A pulsão securitária do líder do Chega ouviu-se em várias partes do seu discurso. Eis outro excerto da crítica ao programa do governo, citado pela *RTP*[19]: "É um programa que esquece os grandes problemas do país, é uma fantasia na saúde, é sobretudo o ignorar e o humilhar das forças de segurança e da nossa segurança."

Temos nestes excertos a dicotomia populista entre o "eles" (as "minorias") e o "nós" (a "ampla maioria dos portugueses") em que Ventura se inclui, que surge frequentemente no seu discurso parlamentar assumindo formas diversas: os "portugueses que são chamados a trabalhar todos os dias" e "os que vivem de subsídios"; e, no outro polo, as "minorias" (leia-se, os imigrantes e os ciganos) e as "nossas forças de segurança" contra "os portugueses de bem".

---

[16] https://www.publico.pt/2019/11/01/politica/noticia/chega-iniciativa-liberal-cativam-temas-cds-1892092 (acedido em 13/05/2020).

[17] https://sicnoticias.pt/pais/2019-10-30-Chega-classifica-Governo-como-uma-das-maiores-vergonhas-da-historia-democratica (acedido em 13/05/2020).

[18] https://tvi.iol.pt/programa/ana-leal/5bec51560cf26bfdcaedf1f9/videos/--/--/video/5db986e60b7022ee6b9b2328 (acedido em 13/05/2020).

[19] https://www.rtp.pt/noticias/politica/programa-de-governo-foi-apresentado-e-debatido--no-parlamento_n1182766 (acedido em 13/05/2020).

(2) Manifestação das Forças de Segurança[20] e do Movimento Zero[21] (21 de Novembro de 2019)

"Cerca de 13 mil agentes da PSP e militares da GNR participaram de forma pacifica na manifestação desta quinta-feira. E o até agora anónimo Movimento Zero passou a ter milhares de rostos e tomou as ruas", titulava a edição digital do jornal *Público*.

Por seu turno, a edição digital do *Diário de Notícias*, titulava:

"Os dois maiores sindicatos da PSP e da GNR foram quase apagados num protesto em que dominou o Movimento Zero e em que André Ventura foi o único a discursar." (Figura 2).

A manifestação despertou desde o seu anúncio grande interesse dos media, tendo merecido cobertura em directo de todos os canais informativos de televisão. A tensão criada pela presença de polícias dos dois lados do protesto - os que se manifestavam e os que garantiam a ordem da manifestação - justificava a expectativa. A participação do Movimento Zero era o elemento imponderável da manifestação, antes de André Ventura se tornar no seu principal protagonista.

Eis um excerto do relato da *RTP*[22]:

> Nós só queremos Ventura no poder, Ventura no poder (...) é desta forma que o líder do Chega é recebido junto à escadaria da Assembleia da República. Com a camisola do Movimento Zero vestida (...) o deputado do Chega é o único político a dirigir-se aos manifestantes a partir do palco montado pela organização. E diz-lhes: Não queriam que aqui viessem, montaram barreiras para nos impedir de falar. Montaram barreiras para vos impedir aqui de manifestar. Nunca o aceitaremos e vamos continuar a lutar para que os nossos polícias e as nossas forças de segurança tenham as melhores condições possíveis. Viva a polícia, viva Portugal.

Continua o relato da RTP:

> Ficou clara a cumplicidade e a proximidade entre o Movimento Zero e o partido populista de extrema-direita Chega. Vestido com uma t-shirt do movimento de polícias anónimos, André Ventura foi o único político a subir ao carro de som da organização da manifestação - alegadamente sem ter pedido aos dirigentes dos sindicatos - e a discursar: Hoje vocês mostraram que a polícia unida jamais será vencida, gritou [o deputado}, seguido de uma chuva de aplausos e de gritos sonoros "Ventura! Ventura!

---

[20] A manifestação das forças de segurança decorreu em frente da Assembleia da República vigiada por um enorme dispositivo da Polícia de Segurança Pública e barreiras de segurança. Os manifestantes iam vestidos à paisana".

[21] O Movimento Zero foi criado nas redes sociais por elementos da PSP e da GNR sob a capa do anonimato e surgiu em maio de 2019, na sequência da condenação de vários agentes da PSP por ofensas à integridade física e injúrias a moradores do Bairro da Cova da Moura, nos arredores de Lisboa. O movimento reivindica melhores condições de trabalho, melhores salários, progressão de carreiras e respeito pela profissão.

[22] https://www.rtp.pt/noticias/pais/manifestacao-de-policias-discurso-de-andre-ventura-no--palanque-causou-mal-estar_v1187276 (acedido em 13/05/2020).

Figura 2: André Ventura na manifestação das forças de segurança vestindo a camisola do Movimento Zero. Fotografia: Rui Gaudêncio

A análise de Bárbara Reis, no *Público*[23], detém-se na estratégia de Ventura:

> Relevante é a forma como Ventura usa o marketing e manipula a realidade. E como, para esse objectivo, os polícias são presa fácil. Ventura quer chamar a atenção. Para ser notado, a cada frase que diz no Parlamento grita é uma vergonha!

Segundo o relato da *TVI*, o dirigente do sindicato da PSP acusou Ventura de "tentativa de colar os polícias a uma ideologia partidária". Também o presidente da Associação dos Profissionais da GNR considerou o momento "um aproveitamento político" do deputado.

O episódio da intervenção do deputado do Chega foi intensamente debatido nos canais de televisão. André Ventura foi a "estrela" do dia e da noite, relegando para segundo plano as reivindicações das forças de segurança que organizaram a manifestação.

(3) Proposta do partido Livre para que o património das ex-colónias portuguesas, na posse de museus e arquivos nacionais seja restituído às comunidades de origem

A proposta foi apresentada no parlamento português pela deputada única do Livre, Joacine Katar Moreira, natural da Guiné-Bissau, com dupla nacionalidade gui-

[23] https://www.publico.pt/2019/11/21/politica/opiniao/sabonetes-ventura-vende-policias-1894578 (acedido em 13/05/2020).

neense-portuguesa. O assunto ganhou especial destaque mediático a partir de uma postagem do deputado do Chega, André Ventura, na rede social Facebook que foi reproduzida nas edições electrónicas de jornais e televisões.[24]

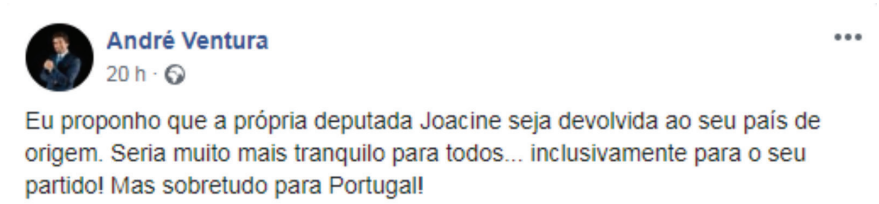


Figura 3: Postagem de André Ventura no Facebook

Depois desta postagem (Figura 3) a discussão transferiu-se para as redes sociais com milhares de seguidores a apoiarem o deputado enquanto outros o apelidavam de "racista" e "xenófobo".

Segundo o *Público*[25],

> André Ventura explicou que a linguagem usada "é obviamente irónica", "não estava a referir-se a uma deportação física" e que a intenção é demonstrar que "quem permanentemente ataca a história de Portugal, se calhar, não está cá a fazer nada". "Nesse sentido, tudo o que nós investimos nas nossas colónias, deveria ser devolvido.

André Ventura foi alvo de duras críticas e manifestações de repúdio do presidente do Parlamento e de todos os partidos parlamentares. A polémica desviou a atenção dos media da proposta do Livre, dando origem a uma discussão paralela centrada na pessoa da deputada Joacine Katar Moreira, explorando o facto de ela ser negra e originária da Guiné-Bissau.

(4) Proposta de criação de um plano específico de confinamento para as comunidade ciganas durante a pandemia COVID 19 (08 de Maio de 2020)

A fixação do líder do Chega nos imigrantes e nos ciganos levou-o a pedir o apoio dos partidos da direita parlamentar a uma proposta sua de confinamento da comunidade cigana durante a pandemia Covid-19.

O *Público*[26] cita partes da carta que André Ventura enviou ao líder do PSD, Rui Rio:

---

[24] https://www.dn.pt/poder/ventura-propoe-devolucao-de-joacine-a-guine-bissau-livre-fala--em-racismo-11759131.html (acedido em 14/05/2020).

[25] https://www.publico.pt/2020/01/28/politica/noticia/andre-ventura-propoe-joacine-devolvida-pais-origem-livre-acusao-racismo-1902024 (acedido em 14/05/2020).

[26] https://www.publico.pt/2020/05/06/politica/noticia/ventura-pede-apoio-psd-cds-il-retrato-plano-contingencia-comunidades-ciganas-1915280 (acedido em 18/05/2020).

> Esse plano envolverá "mais policiamento junto das zonas de residência dessas comunidades, maior investimento em acções de formação e sensibilização e regras de confinamento específicas", caso haja absoluta recusa em realizar os testes que se verifiquem necessários. "Penso que concordará que as comunidades ciganas – ou melhor, o seu comportamento e atitudes específicas - não caindo em generalizações de qualquer tipo, representam hoje um forte problema de segurança e saúde pública nalgumas regiões do país".

Na mesma carta, antevendo a reação negativa de Rui Rio, Ventura escreve: "Sei, porque o vivi na pele[27], a oposição que existe dentro do PSD a tratar da 'questão cigana' de forma frontal, directa e objectiva."

O *Público*[28] dá nota de reações de repúdio da sociedade civil à proposta do deputado do Chega: "Mais de duas dezenas de associações e uma centena de activistas e figuras públicas repudiam aquilo a que chamam a "estratégia demagógica e populista" de André Ventura, líder do Chega, "de incitamento ao rancor".

O caso ganhou dimensão emotiva quando o jogador da selecção nacional de futebol, Ricardo Quaresma, de etnia cigana, figura querida e admirada de muitos portugueses, escreveu na rede social Facebook[29] um texto de resposta ao deputado do Chega largamente citado em jornais, rádios, televisões[30]. Eis os excertos mais citados: "Eu sou cigano. Cigano como todos os outros ciganos e sou português como todos os outros portugueses e não sou nem mais nem menos por isso."[31]

André Ventura reagiu às palavras do jogador afirmando que Quaresma não podia ter-lhe respondido: "lamentável que um jogador da selecção nacional se envolva na política", disse Ventura,[32] o que provocou nova onda de críticas nas redes sociais contra o líder do Chega, acusado de querer coartar liberdade de expressão do jogador.

André Ventura, comentador de assuntos de futebol, foi aparentemente surpreendido por uma crítica vinda não do campo político mas, ironicamente, do futebol, onde o seu opositor, um campeão nacional, tem presença e apoios seguramente mais alargados.

---

[27] André Ventura foi vereador em Loures pelo PSD numa lista de coligação PSD/CDS nas eleições autárquicas de 2017, era então líder do PSD Pedro Passos Coelho, tendo-se demitido em Outubro de 2018, quando se preparava para criar um novo partido, alegando "discordâncias políticas" de "âmbito nacional" com o PSD. Durante a campanha eleitoral, numa entrevista ao semanário *Sol* publicada em 17 de Julho, acusava já a comunidade cigana de viver de subsídios e de não acatar as leis do País. https://sol.sapo.pt/artigo/572564/andre-ventura-os-ciganos--vivem-quase-exclusivamente-de-subsidios-do-estado (acedido em 18/05/2020).

[28] https://www.publico.pt/2020/05/06/sociedade/noticia/cem-activistas-figuras-publicas--manifestamse-plano-ventura-populacao-cigana-1915421 (acedido em 18/052020).

[29] https://www.facebook.com/RicardoQuaresma/posts/2942439712477584 (acedido em 18/05/20120).

[30] https://www.publico.pt/2020/05/06/desporto/noticia/quaresma-insurgese-populismo--racista-andre-ventura-1915311

[31] https://www.dn.pt/desportos/quaresma-ataca-populismo-racista-do-andre-ventura-12158697.html (acedido em 16/05/2020).

[32] https://www.cmjornal.pt/desporto/futebol/detalhe/quaresma-volta-a-responder-a-andre--ventura-nao-me-vai-calar (acedido em 16/05/2020).

Conclusões

A análise realizada mostra que muitas das características fundamentais do populismo identificadas na literatura (Canovan, 1981; Mény e Surel, 2002; Taggart, 2000) correspondem às atitudes e ao comportamento político do líder do partido Chega, entre as quais: (a) a tendência para reivindicar para si próprio a capacidade de interpretar e articular as necessidades das "pessoas que trabalham" em oposição às "minorias" e aos "subsídio-dependentes"; (b) a impaciência com as regras formais da democracia, notória na "promessa" de mudar o sistema constitucional vigente; c) a agenda securitária, com aproximação a movimentos inorgânicos, como o "Movimento Zero"; (c) a hostilidade aos imigrantes e aos ciganos, a marca mais visível no seu discurso político.

A análise mostra que no estilo discursivo e nas ideias do líder do Chega se identificam as principais componentes das estratégias de comunicação dos líderes populistas: (1) colocar-se no papel do povo (os que trabalham); (2) dominar as técnicas profissionais de comunicação; (3) procurar o contacto com as massas; (4) ter acesso aos media; (5) criar acontecimentos polémicos.

André Ventura beneficia de alguma cumplicidade mediática, sobretudo, como atrás se refere, na qualidade de comentador de futebol e de assuntos jurídicos num dos canais de televisão, e colunista do jornal diário de maior audiência do país. Por outro lado, as transmissões televisivas em direto de debates parlamentares, habituais nos canais informativos portugueses, contribuem para a legitimação de questões, palavras-chave e estilos de comunicação de líderes com especial vocação para usarem os media em seu proveito, como é o caso de André Ventura. Também o ativismo de André Ventura nas redes sociais, particularmente no Youtube e no Facebook, bem como a sua página de deputado e as páginas não oficiais geridas por militantes e simpatizantes (não analisados neste artigo) ampliam o alcance das suas mensagens estendendo-as a um universo alargado, para o que contribuem os media tradicionais nas suas edições electrónicas, como mostram os casos analisados neste artigo.

Como refere Mazzoleni (2008), ao privilegiar a personalização da política o "fator media" favorece o surgimento de líderes capazes de explorarem as condições políticas e sociais e contribui para legitimar lideranças personalizadas e populistas.

Em suma, da análise realizada é possível concluir que a liderança populista de André Ventura se alimenta essencialmente da sua presença nos media. O conteúdo das suas mensagens e o estilo discursivo das suas intervenções enquadram-se claramente nas duas dimensões do populismo citadas por Jansen (2011): mobilização e discurso. O "fator media" é, pois, o elemento essencial da estratégia do líder do Chega.

Referências bibliográficas

Albertazzi, D., & McDonnell. D. (Eds.).(2008). *Twenty-First Century Populism The Spectre of Western European Democracy*. Palgrave Macmillan UK.

Albertazzi, D. (2008). Switzerland: Yet Another Populist Paradise. In D. Albertazzi & D. McDonnell (Eds.), *Twenty-First Century Populism The Spectre of Western European Democracy* (pp. 100-118). Palgrave Macmillan UK.

Arter, D. (2010). The Breakthrough of Another West European Populist Radical Right Party? The Case of the True Finns. *Government and Opposition*, *45*(4), 484–504. doi:10.1111/j.1477-7053.2010.01321.x

Barr, R. R. (2009). Populists, Outsiders and Anti-Establishment Politics. *Party Politics, 15*(1), 29–48. doi:10.1177/1354068808097890

Bartolini, S. (2011, July 7-10). *Political parties, ideology and Populism, in the post-crisis Europe* [Paper presentation]. Poros Conference.http://europeanseminars.eliamep.gr/wp-content/uploads/2011/07/Stefano-Bartolini-Paper.pdf

Bos, L, van der Brug, W., & de Vreese, C. H. (2013). An experimental test of the impact of style and rhetoric on the perception of right-wing populist and mainstream party leaders. *Acta Politica*, *48* (2), 192-208.doi:10.1057/ap.2012.27

de Vreese, C. H., Esser, F., Aalberg, T., Reinemann, C., & Stanyer, J. (2018). Populism as an Expression of Political Communication Content and Style: A New Perspective. The International Journal of Press/Politics, 23(4) 423–438. doi:10.1177/1940161218790035Canovan, M. (1981). *Populism*. New York and London: Harcourt Brace Jovanovich.

Elchardus, M., & Spruyt, B. (2014). Populism, Persistent Republicanism and Declinism: An Empirical Analysis of Populism as a Thin Ideology. *Government and Opposition, 51*(1), 111-133. doi:10.1017/gov.2014.27

Freedman, D. (2018). Populism and media policy failure. *European Journal of Communication, 33*(6), 604-618. doi:10.1177/0267323118790156

Gidron N., & Bonikowski, B. (2013). Varieties of Populism: Literature Review and Research Agenda. *Working Paper Series*. Weatherhead Center for International Affairs. No. 13-0004. Harvard University.

Hawkins, K. A. (2009). Is Chavez Populist?: Measuring Populist Discourse in Comparative Perspective. *Comparative Political Studies, 42*(8), 1040-1067. doi:10.1177/0010414009331721

Jansen, R. S. (2011). Populist Mobilization: A New Theoretical Approach to Populism. *Sociological Theory, 29*(2), 75–96. doi:10.1111/j.1467-9558.2011.01388.x

Kadt, E. (1970). Populism: Its Meanings and National Characteristics. I*nternational Affairs*, *46*,(1), 138-139. doi:10.2307/2614244

Kazin, M. (1995). *The Populist Persuasion: An American History*. Ithaca: Cornell University Press.

Laclau E. (2005). *On Populism*. London: Verso.

Madrid, R. L. (2008). The rise of ethnopopulism in Latin America. *World Politics*, *60*(3), 475–508. doi:10.1017/S0043887100009060

Mazzoleni, G., Stewart, J., & Horsfield, B. (Eds.).(2003). *The Media and Neo-Populism: A Contemporary Comparative Analysis*. Westport, CT: Praeger.

Mazzoleni, G. (2003). The Media and the Growth of Neo-Populism in Contemporary Democracies. In G. Mazzoleni, J. Stewart and B. Horsfield (Eds.), *The Media and Neo-Populism: A Contemporary Comparative Analysis* (pp. 1-20). Westport CT: Praeger.

Mazzoleni, G. (2008). Populism and the Media. In D. Albertazzi & D. McDonnell (Eds.), *Twenty-First Century Populism The Spectre of Western European Democracy* (pp. 49-64). Palgrave Macmillan UK.

Mény, Y., & Surel, Y. (2002). The Constitutive Ambiguity of Populism. In Y. Mény & Y. Surel (Eds.). *Democracies and the Populist Challenge*. London: Palgrave Macmillan. doi:10.1057/9781403920072_1

Mudde, C., & Kaltwasser, C. R. (2017). *Populismo: uma brevíssima introdução*. Lisboa: Gradiva.

Mudde, C. (2004). The Populist Zeitgeist. *Government and Opposition, 39*(4), 541–563. doi:10.1111/j.1477-7053.2004.00135.x

Müller, J.-W. (2016). *What is Populism?* Philadelphia. PA.: University of Pennsylvania Press.
Serrano, E. (2006). *Jornalismo Político em Portugal. A cobertura de eleições presidenciais na imprensa e na televisão (1976-2001)*. Lisboa: Edições Colibri.
Taggart, P. (2000). *Populism*. Buckingham: Open University Press.
Taguieff, P. A. (2002*). L'illusion populiste. De l'archaïque au médiatique.* Paris: Berg International.
Torre de la, C. (2000). *Populist Seduction In Latin America: The Ecuadorian Experience*. Athens: Ohio University Press.

Nota biográfica

Estrela Serrano é doutorada em Sociologia da Comunicação, da Cultura e da Educação (ISCTE), investigadora no ICNOVA e membro do Conselho de Opinião da RTP. Foi vogal do Conselho Regulador da Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), docente do mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação ISCTE e de Jornalismo na ESCS.

ORCID https://orcid.org/0000-0001-8497-7254

Email: estrela.serrano@sapo.pt

Morada institucional: Universidade Nova de Lisboa, Instituto de Comunicação da NOVA, Av. de Berna, 26-C – Lisboa 069-061, Portugal

* Submetido| Received: 2020.06.01

* Aceite | Accepted: 2020.07.17

(Página deixada propositadamente em branco)

Recensões | Reviews

(Página deixada propositadamente em branco)

Piçarra, Maria do Carmo (2020). *Projectar a Ordem. Cinema do Povo e Propaganda Salazarista – 1935-1954*. Caxias: Os Pássaros. 420 págs.

https://doi.org/10.14195/2183-5462_37_13

Francisco Rui Cádima
Universidade NOVA de Lisboa, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas
Instituto de Comunicação da NOVA – ICNOVA
frcadima@fcsh.unl.pt

A leitura que vamos fazer desta obra de Maria do Carmo Piçarra centrar-se-á, em particular, num ponto mais específico, designadamente em torno de uma questão que muito temos trabalhado, em particular no domínio da história da televisão durante o salazarismo em Portugal. No caso concreto da obra agora publicada, a nossa principal questão será então analisar mais em detalhe qual, efectivamente, a presença de Salazar (do seu corpo físico, jurídico e político) nos documentários e "actualidades cinematográficas" de propaganda do regime. Interessa-nos saber se, de facto, a estratégia de propaganda específica delineada para o Cinema Ambulante do regime – a ter existido – de alguma forma, inverte um dado que tem sido comum em diversas investigações, incluindo sobre a própria televisão pública, que remete fundamentalmente para a questão da invisibilidade de Salazar e a proverbial aversão à "publicidade" da sua pessoa – quer do seu "corpo" político-jurídico, quer sobretudo da sua "presencialidade" física e das suas eventuais "aparições" ou alocuções públicas, por assim dizer. E, em consequência, se a figura-presença do ditador ela própria se disponibilizou e foi mobilizada para uma estratégia de propaganda do regime através dos meios audiovisuais.

Calculamos que no *Jornal Português* tenha sido feito algum esforço pelos seus responsáveis no sentido de colocar Salazar "em cena", mas, de facto, os poucos documentos e reportagens que ficaram, de 1931 a 1951, foram retirados das filmagens de grandes eventos ou efemérides em que o ditador participou, de resto, em grande medida, ele está "fora de campo". De facto, o ditador português tinha características opostas às do líder panfletário e carismático, era avesso a aparições públicas, "não se envolvia senão de forma fugaz nas eleições e referendos do regime e não emprestava o seu rosto a cartazes de campanhas eleitorais (…), recusava participar em comícios de massas (…), a adoptar símbolos de poder autoritário" (Meneses, 2014, pp. 113-114).

Deste modo, a nossa hipótese de partida aqui é justamente a de que Salazar não tinha aquilo a que se pode chamar um "culto de personalidade", em particular no domínio do cinema e da televisão, ao contrário do que se poderá eventualmente considerar relativamente aos meios escritos, que terão sido objecto de uma tentativa mais assertiva de o construir. Ao contrário dos meios audiovisuais, a imprensa sempre foi o meio preferido de Salazar, considerava-a incontornável e decisiva no contexto da influência da opinião pública (Cádima, 2019), algo que lhe terá ficado desde o período de 1928 a 1933, sobretudo quando recorre à imprensa estrategicamente para se afirmar como líder, através dos seus discursos, notas oficiosas e entrevistas (Matos, 2010, p. 7).

Embora tivesse nascido com ela, Salazar não era, claramente, um "contemporâneo" ou tão somente um espectador da sétima arte. Mas enquanto político emergente, e ao contrário do que sucedeu com o audiovisual – cinema e televisão – soube controlar, gerir e ter e uma "boa imprensa", foi ela que o transformou no "miraculoso ditador das Finanças" (Matos, 2010, p. 11). Ao que se associa também nessa sobre-exposição inicial de Salazar, a própria criação do Secretariado Nacional da Propaganda (SPN), em 1933, muito embora não se possa retirar daí uma definição programática para uma estratégia de comunicação mobilizadora e/ou panfletária do regime. Dir-se-ia que se congregava a palavra e a acção do ditador, reservando a sua imagem pública, expondo o possível para esconder o essencial, mantendo o seu estado natural de "invisibilidade" (Gil, 1995; Cádima, 2017) procurando alimentar assim a construção do mito salazarista. O próprio *Jornal Português – Revista Mensal de Atualidades* (1938-1951) vem demonstrar isso mesmo: em cerca de 484 peças ("notícias") produzidas e emitidas ao longo desses 14 anos, apenas cerca de 2% das peças foram centradas na figura de Salazar e/ou do Presidente do Conselho.

Temos então que a partir de 1936 e da experiência do Cinema do Povo em Lisboa, em praças, escolas e quartéis, com sessões públicas de actualidades e documentários de propaganda diversos, desenhos animados e filmes alemães, seguiu-se o Cinema Ambulante do SPN, que percorreria o interior do país, ambos com o objectivo de divulgar a "política do Espírito" e os "valores" do salazarismo, isto é, mais prosaicamente, "combater o comunismo, promover o corporativismo e as Casas do Povo" e levar a política e os discursos (mais do que a imagem) de Salazar e do regime ao ecrã, bem como o próprio império, neste caso com filmes que viriam também a ser produzidos nas colónias, sobretudo nos anos 40. Genericamente, constituíam o programa-tipo diversos documentários de propaganda do regime, o *Jornal Português* (1938-1951), uma "revista de atualidades cinematográficas", e *A Revolução de Maio* de António Lopes Ribeiro, este o modelo mais frequente. O cinema ambulante teria também filmes e documentários espanhóis, e por vezes algum cinema americano. Mas um dos filmes mais passados foi, efectivamente, *A Revolução de Maio*, que põe em cena a metamorfose de um "agitador bolchevique" convertido ao Estado Novo, conversão em boa parte sugestionada pelo discurso de Salazar, em Braga, nas comemorações do décimo aniversário da revolução de Maio.

Se, de facto, Salazar é o "verdadeiro protagonista" de *A Revolução de Maio*, é porque essa é mesmo a metáfora de toda a propaganda audiovisual do regime: promover Salazar, a sua política, mas, simultânea e paradoxalmente, também o recolhimento do "ditador silencioso", nas palavras do jornalista francês Raymond Recouly. Como se, no fundo, a sua imagem distante, ou a presença do "espectro", reforçasse a legitimação do corpo jurídico-político do ditador, e, por conseguinte, o regime.

Segundo diversos testemunhos e relatos de imprensa, a catarse dava-se quando aparecia na tela a imagem do ditador ou então nas "passagens de maior vibração patriótica": os espectadores aplaudiam "calorosamente" e "entusiasticamente aclamavam" o Estado Novo (como refere por exemplo o *Diário da Manhã* de 27/2/1938), ou, ainda, a "comoção atingia o auge" quando surgiam as figuras de Carmona e Salazar (Piçarra, 2020, p. 230). Ou também com o Hino Nacional, a assistência punha-se então "de pé com o braço estendido, fazendo a saudação à romana, ouvindo-se no final muitos 'vivas' ao Estado Novo, a Portugal, a Carmona e a Salazar" (Piçarra, 2020, p. 266). Alguém terá inclusivamente reconhecido, e claramente verbalizado, caso do Presidente da Junta de Fortios, o

"prodígio" da "máquina cinematográfica" de Salazar. O clima de idolatria era assim criado à revelia de uma presença específica do idolatrado, como se apenas um conjunto reduzido de imagens de arquivo, ou de algumas alocuções públicas do líder, fossem suficientes para construir uma estratégia propagandística ao longo de várias décadas.

Um outro aspecto relevante prende-se com a estratégia de produção e exibição pensada estritamente para as colónias, da qual resultou nomeadamente um conjunto de seis documentários de António Lopes Ribeiro (1940-1946). Produção que surgiu a partir do Decreto nº 27.859, de 14 de Julho de 1937, que veio reconhecer a necessidade de "intensificar" a propaganda nas colónias portuguesas: "Considerando que a propaganda pela cinematografia é mais impressionante e eficiente (…). É criada no Ministério das Colónias uma missão cinegráfica às colónias de África do Império, destinada à preparação e realização de documentários de propaganda que evidenciem o esforço civilizador dos portugueses". No início de 1950 haveria mesmo "cinema móvel", nomeadamente em Angola, com relatos, por exemplo, de uma sessão ao ar livre num bairro de Luanda a que assistiram "2500 a 3000 indígenas e europeus" e um balanço global da passagem por várias cidades de Angola tendo atingido cerca de 200 mil pessoas, sendo que "195500 eram 'indígenas'" (Piçarra, 2020. p. 361).

O décimo aniversário da revolução de Maio, em 1936 teria sido pretexto para Salazar testar um primeiro plano de propaganda através do cinema. Para Ferro, o sucesso da empreitada não merecia dúvida, quanto mais não fosse pelo número de espectadores que o cinema ambulante tinha atingido em dez anos (1937-1947): cerca de 2,3 milhões com uma média anual de cerca de 230 "espectáculos". Mas a verdade é que no que ao cinema dizia respeito, a estratégia de propaganda do regime estava claramente dependente da discricionariedade de Salazar, sabendo-se, à partida, que ele não acreditava no Cinema como um meio estratégico para a divulgação da sua política. Tal como sucederia, aliás, cerca de vinte anos mais tarde com a televisão. Como refere Carmo Piçarra, "Salazar não reconheceu ao cinema a importância dada a este meio por outros ditadores seus contemporâneos" (Piçarra, 2020, p. 39). O cinema era, para Salazar, uma "distracção perturbante" e uma arte "horrivelmente cara" (Granja, 2000, p. 195). Terá revelado a Christine Garnier que após assistir a *A Revolução de Maio*, de que "muito gostou, não pôde dormir de noite nem trabalhar, como era seu dever" (Piçarra, 2020, p. 132). Salazar, ele próprio, desacreditava uma política de comunicação panfletária, preferia a propaganda como "informação e formação" do que como um estratagema para entreter "a natural impaciência do povo" (Torgal, 2000a, pp. 65-66). Mas, sobretudo, era Salazar quem tinha a última palavra quando eram pedidos aumentos de salários para os trabalhadores (motorista, projecionista) do Cinema Ambulante, ou relativamente ao envio de um dos cinemas ambulantes do SNI aos Açores, ou mesmo para a reparação do camião do próprio Cinema Ambulante: em Setembro de 1952 o SNI teve autorização expressa da Presidência do Conselho para avançar com a despesa... Segundo João Bénard da Costa (*apud* Piçarra, 2020, p. 348), "ao que parece, o Salazar detestou mesmo o *Camões*", e o fraco acolhimento pelo público teve como consequência que acabasse o apoio directo à produção de cinema de enredo por parte do Secretariado. Daí que a estratégia de propaganda do regime através do cinema tenha sido sempre de serviços mínimos, por assim dizer.

Se tivesse de dar um título a este texto, esse título seria talvez "Da 'cinegrafia' ao olho-táctil de Salazar". De facto, falar de "cinema" ao tempo de Salazar (e do cinema

feito "por" e "para" Salazar) é talvez excessivo. Melhor dito, o cinema do salazarismo foi mais uma "cinegrafia" ou um "agit-prop" algo comezinho, de brandos costumes, apesar de tudo – de baixa intensidade, por vezes revisteiro, do que cinema propriamente dito. A chamada sétima das artes não se pode reconhecer em narrativas de propaganda totalitária e dificilmente se poderá reconhecer naquele arquivo – dos primeiros filmes, e reportagens aos "jornais de actualidades", passando inclusivamente pelas principais referências – de Lopes Ribeiro a Leitão de Barros – com uma ou outra excepção, como o caso de Manoel de Oliveira, e pouco mais.

Por outro lado, todo o processo de gestão da atividade cinematográfica da ditadura – da produção à distribuição e exibição – foi algo extremamente amador e de parco orçamento, com solicitações permanentes, por carta a Salazar, para cabimentar despesa, como referimos. A razão para isso, talvez resida nesse "olhar-táctil" de Salazar e do salazarismo, desde logo um olhar contabilístico, e depois um olhar que se projecta ou pronuncia sobre pormenores (Torgal, 2000, p. 34-35) e menos sobre, por assim dizer, o "plano de conjunto" ou o sentido do filme, o que terá sido verdadeiramente uma impossibilidade háptica de (pre)ver, de ver/conhecer. Dito de outro modo, uma não alfabetização do olhar para a tela e a linguagem emergente do cinema. Ainda que para António Ferro a importância do cinema, embora "nem sempre reconhecida" (*et pour cause*…), fosse "vital" por se tratar de um "meio de recreação". Meio que, segundo o mesmo António Ferro, se encarregava de "pensar e sonhar por nós". Para ele, "a sua magia, o seu poder de sedução, a sua força de penetração, são incalculáveis. Mais do que a leitura, mais do que a música, mais do que a linguagem radiofónica a imagem penetra, insinua-se, sem quase se dar por isso, na alma do homem" (Ferro, 1950, pp. 43-44).

De facto, Ferro, que era fundamentalmente um adepto da estratégia propagandística através do documentário, e de modo nenhum através da via comercial ou da comédia revisteira – considerava a comédia o "cancro" do cinema – terá conseguido alguns recursos para, como diz Carmo Piçarra, "meter o cinema na ordem" e projectar o Estado Novo. Mas não terá conseguido certamente convencer Salazar para um investimento mais assertivo num contexto de propaganda ao nível do que foi feito pelas ditaduras congéneres europeias. Veja-se, por exemplo, que quanto a cinema de propaganda, em cerca de sessenta filmes produzidos nos anos 30 e 40, apenas dois reproduziram diretamente a ideologia salazarista – *A Revolução de Maio* e *Feitiço do Império* (Torgal, 2000a, p. 72). Quanto aos chamados filmes históricos, em geral, também não têm "um carácter marcadamente ideológico ou de propaganda" (Torgal, 2000, p. 21). Carmo Piçarra nota que, afinal, nunca foi devidamente valorizado por Ferro e pelos relatórios de balanço de atividade do Cinema Ambulante, nunca foi verdadeiramente evidenciado que essa divulgação tivesse sido um eixo fundamental do dispositivo cinematográfico para projectar a "política do Espírito", o Estado Novo e Salazar.

Como também refere Carmo Piçarra a "política do Espírito" de Ferro não incluiu uma política para o cinema pelo cinema. Houve, hipoteticamente, uma vontade de realizar "uma política de aproveitamento das potencialidades do cinema, documental e ficcional, desde a sua produção para efeitos de propaganda à sua exibição como prática de doutrinação" (Piçarra, 2020, p. 22) Mas, claramente limitada pelo olhar débil, pelo olho-táctil de Salazar sobre o audiovisual, tal como se veio a ver com o exemplo da chegada tardia da televisão a Portugal e, depois, da sua débil instrumentalização por parte da ditadura, entregando a RTP aos diferentes humores e pulsões dos seus comissários

políticos (Cádima, 1996). No fundo, não se pode dizer de facto, como sugere Granja (2000, p. 195) que tenha havido no Estado Novo "uma instrumentalização clara do cinema, tal como se verificou na Alemanha ou na Itália". O que não deixa de ser, também, uma das especificidades marcantes da ditadura salazarista e do fascismo português.

Referências bibliográficas

Cádima, F. R. (2019). Da invisibilidade de Salazar à presencialidade de Caetano. Sobre os media, a televisão e a ditadura em Portugal. *Media & Jornalismo*, *19*(35), 197-209. doi:10.14195/2183-5462_35_13

Cádima, F. R. (2017). Salazar, o regime e a televisão: para uma arqueologia da 'invisibilidade' televisiva do ditador. In J. L. Garcia, T. Alves & Y. Léonard (Eds.), *Salazar, o Estado Novo e os Media* (pp. 327-345). Lisboa: Edições 70.

Cádima, F. R. (1996). *Salazar, Caetano e a Televisão Portuguesa*. Lisboa: Presença.

Ferro, A. (1950). *Teatro e Cinema (1936-1949*). Lisboa: Edições SNI.

Gil, J. (1995). *Salazar: a retórica da invisibilidade*. Lisboa: Relógio de Água.

Granja, P. J. (2000). A Comédia à Portuguesa, ou a máquina de sonhos a preto e branco do Estado Novo. In L.R. Torgal (Coord.), *O Cinema Sob o Olhar de Salazar* (pp. 194-233). Lisboa: Círculo de Leitores.

Jornal Português – Revista Mensal de Atualidades (1938-1951). (2015). Lisboa: Cinemateca Portuguesa – Museu do Cinema.

Matos, H. (2010). *Salazar – a Construção do Mito*. Lisboa: Círculo de Leitores e Temas e Debates.

Meneses, F. R. de (2014). *Salazar – Uma Biografia Política* (Vol. II). Lisboa: Edições D.Quixote/Expresso.

Piçarra, M. C. (2020). *Projectar a Ordem. Cinema do Povo e Propaganda Salazarista – 1935-1954*. Caxias: OsPássaros.

Torgal, L. R. (Coord.).(2000). *O Cinema Sob o Olhar de Salazar*. Lisboa: Círculo de Leitores.

Torgal, L. R. (2000a). Propaganda, Ideologia e Cinema no Estado Novo. In L.R. Torgal (Coord.), *O Cinema Sob o Olhar de Salazar* (pp. 64-91). Lisboa: Círculo de Leitores.

Nota: O autor escreve ao abrigo do antigo acordo ortográfico

Nota biográfica

Francisco Rui Cádima é Professor Catedrático do Departamento de Ciências da Comunicação da NOVA FCSH. Investigador Responsável do ICNOVA – Instituto de Comunicação da NOVA, é diretor da revista *Media & Jornalismo*.

Ciência ID: 231F-D7BA-F635

ORCID iD:0000-0002-5449-8831

Scopus Author ID: 57063529500

Email: frcadima@fcsh.unl.pt

Morada institucional: Universidade Nova de Lisboa, Instituto de Comunicação da NOVA, Av. de Berna, 26-C – Lisboa 069-061, Portugal

* Submetido| Received: 2020.06.15

* Aceite | Accepted: 2020.07.03

(Página deixada propositadamente em branco)

REVISTA *MEDIA & JORNALISMO*

Media & Jornalismo, publicação do Centro de Investigação Media e Jornalismo, integrado no Pólo FCSH/NOVA do CIC.Digital, é uma revista científica que tem como objetivo constituir um espaço de debate e divulgação da pesquisa realizada sobre os media e o jornalismo. Afirma-se como um fórum promotor de discussão qualificada não só na comunidade académica mas também entre todos os que se interessam pelos media e pelo jornalismo na sociedade contemporânea. Pretende, assim, contribuir para a compreensão destes complexos fenómenos sociais, investigando de forma crítica tanto o seu presente como o seu passado.

A revista *Media & Jornalismo* abre-se a um leque de abordagens diversificadas, num diálogo que respeita a pluralidade de pontos de vista. As metodologias de análise são diversas, sempre pautadas pela exigência de rigor científico. Pretende-se que a reflexão produzida contribua para um conhecimento aprofundado e crítico dos temas centrais na área, como, por exemplo: jornalismo e democracia; media e identidades sociais; história dos meios de comunicação social; ética da comunicação e deontologia do jornalismo; economia e política dos meios de comunicação social; estratégias da comunicação; televisão e sociedade; tecnologias de informação e jornalismo; novas formas mediáticas e jornalísticas; jornalistas como comunidade interpretativa.

DIREÇÃO | EXECUTIVE EDITORS | DIRECCIÓN
Francisco Rui Cádima (Universidade Nova de Lisboa/ Instituto de Comunicação da NOVA, Portugal)
frcadima@fcsh.unl.pt

DIRETORAS ADJUNTAS | ASSOCIATE DIRECTORS | DIRECTORES ASOCIADOS
Carla Baptista (Universidade Nova de Lisboa/ Instituto de Comunicação da NOVA, Portugal)
carlamariabaptista@gmail.com
Marisa Torres da Silva (Universidade Nova de Lisboa/ Instituto de Comunicação da NOVA, Portugal)
marisatorresilva@hotmail.com

CONSELHO EDITORIAL | ASSOCIATED EDITORS | CONSEJO EDITORIAL
Alberto Pena Rodriguez (Universidade de Vigo, Espanha) alberto@uvigo.es
Barbie Zelizer (Annenberg School of Communication, USA) bzelizer@asc.upenn.edu
Daniel Dayan (Centre National de la Recherche Scientifique, France) daniel.dayan@ehess.fr
Daniel Hallin (University of California, USA) dhallin@ucsd.edu
Eduardo Meditsch (Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil) emeditsch@uol.com.br
Elihu Katz (University of Pensylvania, USA) ekatz@asc.upenn.edu
Jenny Kitzinger (Brunel University, England/United Kingdom) KitzingerJ@cardiff.ac.uk
Michael Schudson (University of California, USA) ms3035@columbia.edu
Peter Golding (Loughouborough University, England/United Kingdom) arts-ccpr@glasgow.ac.uk
Serge Tisseron (Université de Paris VII, France) serge.tisseron@gmail.com
Teun van Dijik (University van Amesterdam, Netherlands) vandijk@discourses.org
Thomas Patterson (University of Harvard, USA) thomas_patterson@Harvard.Edu

COMISSÃO DE REDAÇÃO | EDITORIAL COMMISSION | COMITÉ DE REDACCIÓN
Ana Cabrera (NOVA FCSH, IHC, Portugal) cabrera.anacabrera@gmail.com
Ana Jorge (Universidade Católica Portuguesa, Portugal) anajorge@fch.lisboa.ucp.pt
Anabela Sousa Lopes (Escola Superior de Comunicação Social, Portugal) lopes.anabela@netc.pt
António Granado (Universidade Nova de Lisboa. ICNOVA, Portugal) agranado@fcsh.unl.pt
Carla Baptista (Universidade Nova de Lisboa. ICNOVA, Portugal) carlamariabaptista@gmail.com
Carla Martins (Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Portugal) carla.martins@erc.pt
Carlos Camponez (Universidade de Coimbra, Portugal) carlos.camponez@fl.uc.pt
Isabel Ferin (Universidade de Coimbra, Portugal) barone.ferin@gmail.com
Fernando Correia (Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Portugal)
fernando.antonio.correia@gmail.com
João Carlos Correia (Universidade da Beira Interior, Portugal) jcorreia@ubi.pt
João Pissarra Esteves (Universidade Nova de Lisboa, Portugal) jj.esteves@fcsh.unl.pt
Jorge Pedro Sousa (Universidade Fernando Pessoa, Portugal) jorgepedrosousa@gmail.com
Lídia Marôpo (Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal) lidiamaropo@gmail.com
Maria João Silveirinha (Universidade de Coimbra, Portugal) mjsilveirinha@gmail.com
Hélder Bastos (Universidade do Porto, Portugal) bastos.helder@gmail.com
Maria José Brites (Universidade Lusófona do Porto, Portugal) britesmariajose@gmail.com
Nelson Traquina (Universidade Nova de Lisboa, EUA) ntraquina@yahoo.com
Rita Figueiras (Universidade Católica Portuguesa, Portugal) ritafigueiras@fch.lisboa.ucp.pt
Rogério Santos (Universidade Católica Portuguesa, Portugal) rogerio.santos@netcabo.pt

COORDENAÇÃO DA EDIÇÃO ONLINE | COORDINATION OF THE ONLINE EDITION | COORDINACIÓN Y EDICIÓN ONLINE
Patrícia Contreiras (BGCT Instituto de Comunicação da Nova, Portugal)
patriciacontreiras@fcsh.unl.pt

ARBITRAGEM CIENTÍFICA DESTE NÚMERO | SCIENTIFIC REVIEW OF THIS NUMBER | ARBITRAJE CIENTÍFICO DE ESTE NÚMERO

Ana Isabel Reis (Universidade do Porto. Faculdade de Letras. Portugal) aisabelreis@gmail.com
Felisbela Lopes (Universidade do Minho. Instituto de Ciências Sociais. CECS. Portugal) felisbela@ics.uminho.pt
Inácia Rezola (Instituto Politécnico de Lisboa. Escola Superior de Comunicação Social. IHC. Portugal) irezola@escs.ipl.pt
Isabel Cunha Ferin (Universidade de Coimbra. Faculdade de Letras. ICNOVA. Portugal) barone.ferin@gmail.com
Jacinto Godinho (Universidade NOVA de Lisboa. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas. ICNOVA. Portugal) jacintog@hotmail.com
Jorge Pedro Sousa (Universidade Fernando Pessoa. ICNOVA. Portugal) jpsousa@ufp.edu.pt
Luís Bonixe (Instituto Politécnico de Portalegre. ICNOVA. Portugal) luis.bonixe@gmail.com
Maria José Mata (Instituto Politécnico de Lisboa. Escola Superior de Comunicação Social. ICNOVA. Portugal) mmata@escs.ipl.pt
Marialva Barbosa (Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil) marialva153@gmail.com
Nuno Brandão (Universidade Católica Portuguesa. CECC. Portugal) nunongb@gmail.com
Paula Lopes (Universidade Autónoma de Lisboa. CECS. Portugal) plopes@autonoma.pt
Pedro Coelho (Universidade NOVA de Lisboa. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas. ICNOVA. Portugal) pedrocoelho@sic.pt
Pedro Jerónimo (Universidade da Beira Interior. Labcom. Portugal) pj@ubi.pt
Pedro Marques Gomes (Instituto Politécnico de Lisboa. Escola Superior de Comunicação Social. IHC. Portugal) pgomes@escs.ipl.pt
Rita Figueiras (Universidade Católica Portuguesa. CECC. Portugal) ritafigueiras@fch.lisboa.ucp.pt
Rogério Santos (Universidade Católica Portuguesa. CECC. Portugal) rogerio.santos@netcabo.pt
Rubén Ramos Antón (Universidade Castilla-La Mancha. Espanha) ruben.ramos@uclm.es
Sandra Marinho (Universidade do Minho. Instituto de Ciências Sociais. CECS. Portugal) marinho@ics.uminho.pt
Sónia Ferreira (Universidade NOVA de Lisboa. CRIA. Portugal) sonia.ferreira@fcsh.unl.pt
Teresa Mendes Flores (Universidade NOVA de Lisboa. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas. ICNOVA. Portugal) teresaflores@fcsh.unl.pt

(Página deixada propositadamente em branco)

Números de Revistas Media & Jornalismo publicadas

Revista Media & Jornalismo
V. 1, N. 1 – Outono 2002

Revista Media & Jornalismo
N.2, Ano 2 – Primavera/Verão 2003

Jornalismo em tempo de Guerra
N.3, Ano 2 – Outono/Inverno 2003

Media e Desporto
N.4, Ano 3 – Primavera/Verão 2004

As mulheres e os media
N.5, Ano 3 – Outono/Inverno 2004

Investigação e Globalização
N.6, Ano 4 – Primavera/Verão 2005

Comunicação e Política
N.7, Ano 4 –Outono/Inverno 2005

Imagens da Diferença
N.8, Ano 5 – Primavera/Verão 2006

O jornalismo e a História
N.9, Ano 5 – Outono/Inverno 2006

Jornalismo e Actos da Democracia
N.10, Ano 6 – Primavera/Verão 2007

Crianças e Media: Pesquisas e Práticas
N.11, Ano 6 – Outono/Inverno 2007

Estudos de Teatro e Censura - Portugal-Brasil
N.12, Ano 7 – Primavera/Verão 2008

Um Século de Ensino do Jornalismo
N.13, Ano 8 – Outono/Inverno 2008

A Europa e os Media
N.14, Vol.8 N.1 – Primavera/Verão 2009

Género, Media, Espaço Público
N.15, Vol.8, N.2 – Outono/Inverno 2009
Organização: Maria João Silveirinha / Colaboração editorial: Marisa Torres da Silva

Domesticações na Era dos Self Media
N.16, Vol.9, N.1 – Primavera/Verão 2010
Organização: Anabela Sousa Lopes / Colaboração editorial: Maria José Mata

Media, Jornalismo e Democracia
N.17, Vol.9, N.2 – Outono/Inverno 2010

Organização editorial: Nelson Traquina
Digital divides / Fracturas digitais
N.18, Vol.10, N.1– Primavera/Verão 2011
Organização editorial: João Pissarra Esteves

Inclusão e Participação Digital. Olhares sobre a sociedade portuguesa
N.19, Vol.10, N.2 – Outono/Inverno 2011
Organização editorial: Cristina Ponte e José Azevedo

Imagens e Jornalismo
N.20, Vol.11, N.1 – Primavera/Verão 2012
Organização editorial: Maria José Mata / Colaboração editorial: Anabela Sousa Lopes

Política no Feminino
N.21, Vol.11, N.2 – Junho 2012
Organização editorial: Ana Cabrera / Colaboração editorial: Carla Baptista

Crise, memória e esquecimento
N.22, Vol.12, N.1 – Primavera/Verão 2013
Organização editorial: Francisco Rui Cádima, Nelson Traquina e Marisa Torres da Silva

Repressão vs Expressão: Censura às artes e aos periódicos
N.23, Vol.12, N.1 – 0utono/Inverno 2013
Organização: Ana Cabrera / Apoio editorial: Patrícia Contreiras e Cláudia Henriques

Rádio: Contextos e linguagens
N.24, Vol.13, N.1– Primavera /Verão 2014
Organização editorial: Luís Bonixe

Da Cidade do México à Aldeia Transnacional -
Novas e velhas desigualdades comunicacionais de género
N.25, Vol.14, N.2 – Outono/Inverno 2014
Organização editorial: Maria João Silveirinha

Corrupção Política, Media e Democracia
N.26, Vol.14, N.1 – 2015
Organização editorial: Isabel Ferin Cunha e Estrela Serrano

Educação para os Media na Era Digital
N.27, Vol.15, N.2 –2015
Organização editorial: Ana Jorge, Maria José Brites e Sílvio Correia Santos

Cidadania e Democracia na Era Digital
Número Especial Dezembro 2015
Organização editorial: Teresa Mendes Flores e Marisa Torres da Silva

A dimensão laboratorial do ensino do jornalismo
N.28, Vol.16, N.1 – 2016
Organização editorial: Pedro Coelho e António Granado

Média e Colonialismo(s)
N.29, Vol.16, N.2 –2016
Organização editorial: Teresa Mendes Flores e Ana Cabrera

Mulheres e Media: Implicações Multidimensionais
N.30, Vol.17, N.1 – 2017

Organização editorial: Maria João Silveirinha
Media e Diversidade
N.31, Vol.17, N.2 – 2017
Organização editorial: Francisco Rui Cádima e Marisa Torres da Silva

Ética Jornalística para o Século XXI: Novos Desafios, Velhos Problemas
N.º 32 Vol. 18, N.º 1 – 2018
Organização editorial: Carla Baptista e Alberto Arons de Carvalho

Comunicação Estratégica Institucional e Organizacional
N.º 33 Vol. 18, N.º 2 – 2018
Organização editorial: Estrela Serrano e Ana Margarida Barreto

Publicidade: teorias, métodos e práticas
N.º 34 Vol. 19, N.º 1 – 2019
Organização editorial: Ivone Ferreira

Os Média no Portugal Contemporâneo
N.º 35 Vol. 19, N.º 2 – 2019
Organização editorial: Cláudia Henriques, Pedro Marques Gomes, Sílvia Marques Torres

Inovação nos media e indústrias criativas limítrofes
N.º 36 Vol. 20, N.º 1 – 2020
Organização editorial: António Granado, Dora Santos Silva, Paulo Nuno Vicente

Edição online em:
http://cicdigitalpolo.fcsh.unl.pt/pt/rmj_arquivo/ e
http://impactum-journals.uc.pt/index.php/mj/index

ARTIGOS

Apresentação
O ensino e o estudo dos media e de jornalismo – tributo a Nelson Traquina

The revolution in news that nobody named | Michael Schudson

O impacto da obra de Nelson Traquina nos Estudos em Jornalismo do Brasil: estudo sincrônico e diacrônico a partir de anais de eventos científicos nacionais | Eduardo Meditsch e Guilherme Guerreiro Neto

O legado de Nelson Traquina no estudo dos media e do jornalismo | Cristina Ponte

A noticiabilidade fotográfica do Sidonismo: uma leitura da Ilustração Portuguesa (1917-1918) com base na proposta de Nelson Traquina sobre valores-notícia | Jorge Pedro Sousa, Helena Lima e Fátima Lopes Cardoso

Noticias de la diáspora. Aproximación a la prensa inmigrante portuguesa em Estados Unidos entre 1910 y 1929 | Alberto Pena Rodríguez e Maria Érica de Oliveira Lima

Vida Mundial Ilustrada e a rádio | Rogério Santos

A televisão no Portugal pós-revolucionário: instrumentalização, desregulação, demissão do Estado e debilitação do sector dos media | Francisco Rui Cádima

As entrevistas televisivas | Adriano Duarte Rodrigues

Big Show Cristina Ferreira: emoção e entretenimento na televisão popular portuguesa | Carla Baptista, Marisa Torres da Silva e Allan Herrison Ferreira

A cobertura televisiva da pandemia de Covid-19 em Portugal: um estudo exploratório | Ana Cabrera, Carla Martins e Isabel Ferin da Cunha

O que é Jornalismo - Perceções de estudantes de jornalismo no séc. XXI | Anabela Sousa Lopes, Maria José Mata e Cláudia Vasconcelos Silvestre

Populismo em Portugal: o factor media | Estrela Serrano

Revista do ICNOVA – Instituto de Comunicação da NOVA
Media e Jornalismo

Media&Jornalismo