

Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Sónia Paula Silva Ribeiro

**A implicação da política editorial no
tratamento noticioso
- O caso do Jornal de Notícias**



Universidade do Minho
Instituto de Ciências Sociais

Sónia Paula Silva Ribeiro

**A implicação da política editorial no
tratamento noticioso
- O caso do Jornal de Notícias**

Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação
Área de especialização em Informação e Jornalismo

Trabalho realizado sob a orientação da
**Professora Doutora Sandra Cristina Santos
Monteiro Marinho**

outubro de 2012

É AUTORIZADA APENAS A REPRODUÇÃO PARCIAL DESTA TESE,
APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO
ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE.

Sónia Paula Silva Ribeiro

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, pela dedicação...

À minha família, pela preocupação e apoio incondicional....

Aos meus amigos, pela força e conselhos...

A todos os docentes de Ciências da Comunicação, pelos ensinamentos...

À Professora Doutora Sandra Marinho, pela orientação...

A todos os profissionais do Jornal de Notícias, em especial os da secção do 'Porto' e repórteres fotográficos, pelo bom acolhimento.

A implicação da política editorial no tratamento noticioso – O caso do Jornal de Notícias

Resumo

A presente investigação tem como objetivo perceber se a política editorial do Jornal de Notícias tem implicações no tratamento noticioso dos assuntos da secção ‘Porto’, nomeadamente na produção de um jornalismo local próximo da região Norte do país, após a recente mudança de direção. Assim sendo, analisamos notícias publicadas antes e após a tomada de posse das novas chefias, atendendo aos seguintes indicadores: Género jornalístico, Espaço, Fotografia, Assunto/tema, Valores-notícia, Local de cobertura, Fontes de informação e Tipo de discurso. Adicionalmente, considerámos pertinente complementar esta análise com a aplicação de uma entrevista ao subdiretor do JN e ao editor da secção ‘Porto’, no sentido de confrontar os resultados obtidos com a visão destes profissionais.

Para contextualizar esta análise em torno da implicação das chefias no produto jornalístico, pesquisámos informação sobre o processo de produção de notícias, as rotinas de produção e o jornalismo local e de proximidade. Para isso, definimos como questão de partida: **“Até que ponto a política editorial tem implicações no tratamento noticioso das notícias?”**, o que neste caso particular significa perguntar: **“Até que ponto a mudança de Direção determina a forma como os assuntos do ‘Porto’ são retratados no Jornal de Notícias?”**.

Após a conclusão da análise da secção ‘Porto’, percebemos que a política editorial determina o modo como os assuntos são tratados jornalisticamente, tendo sido possível verificar algumas das mudanças que haviam sido anunciadas pela nova direção na tomada de posse. De facto, através da análise das notícias verificámos algumas tendências que vão ao encontro do objetivo da direção, nomeadamente uma maior aproximação à região Norte do país e, conseqüentemente, aos seus leitores – a publicação dos assuntos dos locais mais próximos da redação do jornal e que retratam os cidadãos da região, encarando-os como fontes credíveis. No fundo, com a mudança de direção verifica-se um aumento da publicação de assuntos próximos da região, no sentido de fazer do JN ‘um jornal do Norte’.

The implication of the editorial policy in the treatment of the news – The case of *Jornal de Notícias*

Abstract

This research aims to understand if the editorial policy of *Jornal de Notícias* (JN) has implications in the treatment of the news topics of the section '*Porto*', particularly in the production of a journalism site close to the northern region of the country after the recent change of leadership. Therefore, we analyzed the news published before and after the inauguration of the new leadership, according to the following indicators: Gender journalistic, Space, Photography, Subject / Theme, News values, Site coverage, Sources of information and Type of speech. Additionally, we considered pertinent to complement this analysis with an interview with the deputy director of *JN* and the editor of the section '*Porto*', in order to compare the results obtained from the vision of these professionals.

To contextualize this analysis around the involvement of managers in reporting, we researched information about the process of news production, routines and local journalism and proximity. For this, we defined the research question: "**To what extent does the editorial policy have implications for the treatment of news stories?**", which in this particular case means asking: "**How far the change of leadership determine how the affairs of '*Porto*' are portrayed in the *Jornal de Notícias*?**".

Upon completion of the analysis in section '*Porto*', we proved that the editorial policy determines how the subjects are treated journalistically, and it was possible to verify some of the changes that had been announced by the new direction at the inauguration. In fact, by analyzing the news, we have seen some trends that to meet the goal of leadership, particularly closer to the region north of the country and hence its readers - the publication of the affairs of sites close to the newspaper office and depicting the region's citizens, seeing them as credible sources. Basically, with the change of direction, there is an increase in the publication of matters of proximity in order to make the *JN* "a newspaper of the North".

Índice

Introdução	1
Capítulo I – Estágio no Jornal de Notícias	4
1- O Jornal de Notícias	4
1.1 – 120 anos a fazer História.....	4
1.2 – Um jornal popular	7
1.3 – O Jornal de Notícias hoje	9
2 - Três meses na secção ‘Porto’	12
2.1 – Porquê o Jornal de Notícias?.....	12
2.2 – A secção ‘Porto’	13
2.3 – Primeiras aprendizagens.....	13
2.4 – O primeiro serviço sozinha	15
2.5 – O primeiro mês.....	17
2.6 – Os dois meses que se seguiram	21
2.7 – Textos elaborados durante o estágio	24
2.8 – Trabalho sobre iluminações de Natal, com Margarida Fonseca	28
2.9 – Acompanhar jornalistas em serviços.....	31
2.10 – Receber leitores na sala de reuniões.....	34
2.11– Balanço dos três meses.....	36
3 - As implicações da mudança de direção – Objeto para discussão.....	37
Capítulo II – A implicação da política editorial no produto jornalístico	39
1 - O processo de produção de notícias	39
1.1 – A construção social da realidade.....	40
1.2 – A força da política editorial.....	50
1.3 – Nota conclusiva.....	53
2 – As rotinas de produção jornalística.....	54
2.1 – As fontes de informação.....	55
2.2 – A influência dos valores-notícia.....	61
2.3 – Nota conclusiva.....	68
3 - A opção por um jornalismo local	69
3.1 – A escolha das chefias	69
3.2 – Jornalismo local: o valor-notícia da proximidade.....	71

3.3 – Compromisso com a região.....	75
3.4 – Nota conclusiva.....	76
Capítulo III – Metodologia	78
1 – Modelo de análise	78
1.1 - Aplicação de um quadro de análise – categorização das notícias.....	80
2 - Definição dos métodos de recolha e análise de resultados	84
2.1 - Método complementar	86
Capítulo IV– Retrato da secção ‘Porto’ antes e após a mudança de direção.....	88
1 – Secção ‘Porto’ em análise.....	88
1.1 – O género jornalístico	88
1.2 – Espaço das notícias	90
1.3 – Recurso a fotografias.....	90
1.4 – Temas mais abordados	92
1.5 – Os valores-notícia valorizados	95
1.6 – Os locais de cobertura	97
1.7 – As fontes de informação citadas	100
1.8 – Tom do discurso jornalístico.....	102
1.9 – Nota conclusiva.....	103
2 – A Visão das chefias sobre a secção	104
2.1– As considerações do subdiretor.....	104
2.2 – O responsável pelo noticiário regional.....	107
2.3 – Nota conclusiva.....	110
Conclusões	111
Bibliografia.....	116
Anexos.....	121

Introdução

É inegável o papel dos meios de comunicação na vida dos cidadãos, uma vez que é através deles que têm conhecimento do que ocorre no quotidiano das sociedades. Por isso, convém compreender o lado da produção das notícias, no sentido de perceber os processos por que passam os acontecimentos até chegarem à casa dos cidadãos. Temos que partir do princípio de que o produto informativo é resultado de diversas escolhas, escolhas essas que também dependem das chefias dos órgãos de comunicação. A política editorial é, assim, um elemento que dita aquilo que é tornado público – as notícias.

Assim sendo, consideramos pertinente estudar a secção ‘Porto’ do Jornal de Notícias, onde decorreu o estágio, de modo a perceber até que ponto é que a política editorial tem implicações no tratamento noticioso dos assuntos, após a mudança de direção. Partindo desta ideia, procuraremos analisar vários aspetos inerentes às escolhas dos jornalistas no processo de produção de notícias. São nossos objetivos perceber quais os valores-notícia considerados pelo jornal na seleção dos temas; saber quais os assuntos que ganham mais espaço no jornal; apurar que locais do Grande Porto são os mais retratados, se os mais próximos ou mais distantes da redação do jornal, ou seja, verificar se a proximidade é um dos valores-notícia mais valorizados e evidenciar quais são as fontes mais consultadas pelo jornal, de modo a verificar se o Jornal de Notícias dá voz ao cidadão do Porto.

Para orientar a nossa investigação definimos a seguinte questão de partida: **“Até que ponto a política editorial tem implicações no tratamento noticioso das notícias?”**, o que neste caso significa perguntar **“Até que ponto a mudança de Direção determina a forma como os assuntos do ‘Porto’ são retratados no Jornal de Notícias?”**. A nosso ver, esta questão central encerra em si um problema importante que vamos aqui estudar para compreender melhor o modo como se processa o trabalho jornalístico, nomeadamente a implicação da linha editorial sobre o produto jornalístico. Este estudo torna-se relevante para compreendermos melhor, quer como jornalistas, quer como cidadãos, as notícias que chegam ao nosso conhecimento.

Considerando aqui o tratamento noticioso como a variável dependente da política editorial, definimos um conjunto de indicadores importantes a ter em conta para analisar esta problemática, que suscitaram outras questões: Será que a notícia é o género

jornalístico mais utilizado? Será que as notícias são acompanhadas por fotografia, ocupando um espaço considerável da página? Será que com a mudança de direção a política local continua a ser um dos temas mais mediatizados? Os assuntos relacionados com os cidadãos ganharam espaço no JN? A proximidade é o valor-notícia mais valorizado na altura de definir a agenda? Os locais mais próximos da redação são os mais retratados? Será que as fontes locais predominam nas notícias? Será que, com o objetivo de estabelecer uma maior ligação à região Norte do país, os cidadãos passam a ser encarados como fontes credíveis? É em torno destas e outras questões que irá se desenrolar a nossa investigação.

Assim, num primeiro momento, começamos por fazer uma reflexão sobre o órgão de comunicação aqui em estudo – o Jornal de Notícias (JN). Aqui, contamos a história deste diário popular que já soma 120 anos de existência, incidindo sobre o seu surgimento, valores, orientação e organização, para depois chegar ao jornal nos tempos de hoje e dar conta das principais mudanças e aspetos que permaneceram ao longo dos anos. Seguidamente, detemo-nos sobre a experiência de estágio, começando por apresentar a secção ‘Porto’, refletindo sobre as principais aprendizagens dos três meses. A partir dos trabalhos realizados procuramos refletir sobre questões importantes aqui a ter em conta, terminando com uma explicação sobre o surgimento do tópico de abordagem para esta investigação.

No segundo capítulo, abordamos a implicação da política editorial na produção jornalística, destacando o pensamento dos principais teóricos sobre esta temática. Começamos por abordar o processo de produção de notícias, incidindo sobre a realidade como uma construção social e na política editorial como definidora do produto noticioso. Aqui, refletimos sobre o processo de seleção e hierarquização dos acontecimentos e dos constrangimentos organizacionais inerentes à profissão. Depois, damos destaque às rotinas de produção jornalística, abordando a influência das fontes de informação e dos valores-notícia. Abordamos o tipo de fontes e a pressão que exercem sobre a atividade jornalística, assim como os critérios de noticiabilidade inerentes à escolha dos assuntos a tornar públicos. Terminamos com um tópico sobre o jornalismo local, visto estarmos a analisar a secção ‘Porto’ do JN, procurando perceber como este tipo de jornalismo pode ser resultado da escolha das chefias.

No terceiro capítulo apresentamos a metodologia a aplicar neste estudo. Aqui, começamos por apresentar as hipóteses elaboradas para responder à questão de partida, explicando a relação sobre os conceitos aqui em análise: política editorial e tratamento

noticioso. Seguidamente, explicitamos os indicadores escolhidos para analisar as notícias da secção: Género jornalístico, Espaço das notícias, Fotografia, Assunto/tema, Local de cobertura, Valores-notícia, Fontes de informação e Tom de discurso. Decidimos analisar duas semanas antes e duas semanas após a mudança de direcção, o que corresponde a 28 dias. É importante esclarecer que, tratando-se apenas de uma análise de duas semanas de cada período, estamos perante um estudo meramente ilustrativo, sem a ambição de ser uma análise exaustiva. Em complemento, entrevistamos o subdiretor e o editor da secção 'Porto', de modo a confrontar com os resultados obtidos.

Assim sendo, apresentamos no quarto capítulo os dados recolhidos após a análise das notícias e das entrevistas, procurando responder à questão de partida. O objetivo é perceber qual o género jornalístico mais utilizado, o tamanho das notícias, o recurso a fotografia, a temática com mais espaço no JN, os valores-notícia mais valorizados, os locais mais retratados, as fontes mais consultadas e o tom de discurso predominante.

Capítulo I – Estágio no Jornal de notícias

Neste primeiro capítulo sobre o estágio, começaremos por fazer uma abordagem à história do Jornal de Notícias, dando conta das principais mudanças que se deram ao longo dos seus mais de 120 anos de existência. Adicionalmente, procuraremos fazer referência à sua tradição popular e afirmação como um jornal do Norte, acabando nas especificidades do diário nos dias hoje, após a recente mudança de direção. A segunda parte deste capítulo dedica-se à reflexão sobre os três meses de estágio na secção ‘Porto’, apontando as aprendizagens e dificuldades sentidas. Aqui, faremos também uma breve apresentação dos trabalhos elaborados, rematando com um balanço final. No terceiro e último ponto deste capítulo explicita-se o modo como o estágio suscitou o assunto desenvolvido neste relatório: perceber se a mudança de direção tem influência na política editorial seguida pelo jornal após esse momento.

1- O Jornal de Notícias

1.1) 120 anos a fazer História

O Jornal de Notícias (JN) surgiu a 2 de Junho de 1888, no Porto, numa altura em que o jornalismo atravessava na cidade uma fase de expansão. José Arroio (primeiro diretor do jornal), Aníbal de Moraes e Manuel Vaz de Miranda formam o grupo político que esteve na base da fundação do jornal. O diário matutino ficou, desde então, “indissolavelmente ligado à história da cidade”, como defende Fernando Sousa (1989: 11).

O primeiro número foi para as bancas apenas com quatro páginas em formato grande, a seis colunas e texto a corpo 6 (Sousa, 1989: 49). Com uma tiragem de 7500 exemplares, era vendido a um custo de dez reis, no Porto e arredores, chegando aos distritos de Braga e Lisboa (Gonçalves, 2009: 3). As notícias eram essencialmente de cariz nacional e internacional, reservando-se a última página para anúncios publicitários. A impressão era efetuada na oficina da Empresa Literária e Tipográfica, na Rua de D. Pedro, onde também estavam instaladas a redação e a administração do jornal. Publicava-se todos os dias até 1981, altura em que deixou de ser impresso às segundas-feiras, como alternativa para dar descanso aos tipógrafos.

O nome ‘Jornal de Notícias’ pode ser entendido como “um título de feição universal que exemplifica lapidarmente a própria actividade jornalística, a qual consiste, justamente, em transformar os acontecimentos em notícias, através da sua publicação” (Sousa, 1989: 41). De facto, como refere o autor, o JN afirmava-se como “um jornal noticioso, colocando-se ao nível dos melhores quotidianos da cidade, no plano de informação nacional e internacional”, ao propor defender com “sincera devoção, os interesses e regalias populares sempre que hajam sido ofendidas” (Sousa, 1989: 65). Contra a desonestidade e corrupção, o JN conseguiu multiplicar por cinco a sua tiragem, entre 1888 e 1907, alcançando os 42 000 exemplares. Era, assim, o diário com maior tiragem e circulação no norte do país, com um número elevado de assinaturas e anúncios.

De acordo com Sousa (1989: 85), o JN foi capaz de “identificar-se com a população da cidade e transformar-se num símbolo de referência”. Na mesma linha de pensamento, Maria Ribeiro entende que

“a consolidação do JN, em termos de público, deve-se à escolha e valorização de notícias relacionadas com a cidade e a região, sem, contudo, negligenciar a informação de âmbito nacional. Com filiais espalhadas por todo o país, nomeadamente, em Lisboa, Aveiro, Braga, Coimbra, Guimarães, Leiria, Santa Maria da Feira, Viana do Castelo, Vila Real e Viseu, o JN prima pela proximidade com o leitor”

(Ribeiro, 2008: 9).

Assim sendo, a partir de 1907, o jornal afirmou uma orientação republicana, em defesa dos interesses do Norte, abandonando a sua inclinação monárquica e regeneradora das três primeiras décadas de existência (Gonçalves, 2009: 3). São abandonados os compromissos partidários, abrindo espaço a uma lógica de atuação ao serviço do Porto e Norte de Portugal, tendência que ainda hoje é visível.

Em 1926, a redação instala-se na Avenida dos Aliados, abandonando a rua Elias Garcia. A direção está a cargo de Aníbal Morais, sucedido por Guilherme Pacheco em 1934, que deixa a chefia em 1942 para Pacheco de Miranda (Sousa, 1989: 173). Durante a ditadura distancia-se da política, passando a ser considerado pelo Estado Novo como um órgão de oposição ao regime. Contudo, os momentos difíceis que vive nesta fase são superados após o 25 de abril, aumentando as vendas a nível nacional (Flores & Nogueira, 2008).

Na década de 50, a estratégia do JN consistiu em “conquistar uma maior audiência no Grande Porto, área da sua implementação, penetrar no Norte Litoral e Interior e defender a sua independência no campo da informação” (Sousa, 1989: 283),

passando a tratar os assuntos do interesse dos seus leitores. De 1961 a 1974, passa por um período de expansão, conseguindo ultrapassar os seus rivais ao tornar-se o número um do Porto (Sousa, 1989: 302). Tal crescimento deve-se à aposta na modernização, quer a nível noticioso, quer em termos de aspetos gráficos e redatoriais, reformas essas resultantes da aquisição de equipamento renovado. É lançada uma efémera edição internacional, colocando-se um ano depois (1975) “ao serviço das classes trabalhadoras” (Lemos, 2006: 392).

A instabilidade política que se seguiu à restauração da democracia em Portugal teve profundos reflexos na organização e direção do JN. Com a nacionalização das empresas, o Estado chegou a deter capital do jornal, tendo sido restituído à empresa proprietária em Janeiro de 1979. A administração conheceu muitos diretores (ver anexo 1). Em 1981, com Alberto Carvalho como diretor, “um novo Estatuto Editorial definia-o como uma «publicação periódica informativa e não doutrinária»” (Lemos, 2006: 392). Sérgio de Andrade assegurou o cargo até ao centenário do diário (Sousa, 1989: 312). Em 1990, foi reprivatizado e adquirido pelo Grupo Lusomundo, passando o controlo para as mãos da Portugal Telecom que assume o seu controlo 2002 a 2004, sendo adquirido em 2005 pela ControlInveste (detentora atual do jornal) (Ribeiro, 2008: 9).

A inovação e equilíbrio do JN muito se deveram ao corpo de jornalistas da redação que procuraram responder às preocupações do público, tendo sido “classificado como um diário «popular de qualidade», [ao acompanhar] o leitor no seu dia-a-dia, sem chegar ou explorar o patamar de voyeur” (Flores & Nogueira, 2008). Em 1995, conseguiu atingir o patamar de líder no país, quando teve início a sua edição eletrónica, tendo iniciado mais tarde, em 1998, a publicação de uma edição em Lisboa (Lemos, 2006: 392). Quanto ao nível gráfico, destaca-se a passagem do formato *broadsheet* para o tablóide, sendo um dos pioneiros nesta mudança, de forma a tornar o produto mais atrativo visualmente (Gonçalves, 2009: 4). A mudança mais recente foi a alteração do logótipo em 2008, momento em que é aperfeiçoada também a edição online do JN. O ano de 2008 é então marcante pela atenção que o jornal deposita para o universo da internet, com a redação de notícias para publicação online, acabando com a transposição do que havia sido escrito na versão impressa. É ainda disponibilizado um espaço destinado à publicação de vídeos, áudios e fotografias (Gonçalves, 2009: 4), para além de blogues relacionados com o JN, a área do ‘Cidadão repórter’ e serviços úteis como meteorologia e farmácias.

A direção do jornal foi alterada em 2005, altura em que a publicação foi também profundamente alterada. Alfredo Leite, como diretor adjunto, e Paulo Ferreira, como subdiretor, acompanhavam José Leite Pereira, como diretor do jornal. A equipa sofreu, mais recentemente (2 de junho de 2011), profundas alterações, com Manuel Tavares a assumir o cargo de chefia. A altura foi encarada como um "tempo de mudança", com o diretor do JN a afirmar a tendência de aproximação à região Norte. Até ao final do ano, o jornal sofreu uma reforma gráfica e uma reorganização da redação com vista à redução das chefias. De acordo com Joaquim Oliveira, presidente do Conselho de Administração da Controlinveste, as alterações devem ser encaradas como uma forma de "dar um novo impulso a todas as plataformas do JN" (Jornal de Notícias, 2011¹).

Joaquim Oliveira anunciou ainda a nova estratégia da direção, com "a criação de um Conselho Editorial", em setembro, composto por um máximo de 20 pessoas, com ligações ao Norte do país. A primeira reunião do Conselho Editorial do JN ocorreu no final de janeiro de 2012, em que Manuel Tavares anunciou o novo posicionamento editorial do diário, afirmando a intenção de oferecer "um jornal de proximidade e qualidade" (Jornal de Notícias, 2012²). Neste primeiro encontro, foi ainda anunciado o novo grafismo, com início a 18 de Fevereiro. De acordo com Pedro Pimentel, editor de arte do JN, o novo grafismo segue uma lógica de pretende "provocar surpresa, reforçar a vitalidade e oferecer um jornal mais variado graficamente, mas que dê uma navegação mais fácil, graças ao uso expressivo do *full color*" (Jornal de Notícias, 2012). Cada secção passa a estar associada a uma determinada cor, com primeiras páginas densas e versáteis, com um acréscimo de destaques às notícias mais importantes.

1.2) Um jornal popular

Como refere Sousa, o JN é um jornal de tradição eminentemente popular. "Popular desde as suas origens, uma vez que já a declaração de princípios exarada no seu primeiro número, afirmava que estaria sempre ao lado do povo, isto é, dos que trabalhavam" (Sousa, 1989: 345). Ao longo dos anos, podem destacar-se concursos e iniciativas que organizou (como provas desportivas e quadras de São João), assim como campanhas de solidariedade e humanitarismo em favor dos mais humildes (ainda hoje se pode destacar a rubrica 'Todo o Homem é meu Irmão').

¹ Informação retirada de [http://www.jn.pt/PaginaInicial/Media/Interior.aspx?content_id=1867128]

² Informação retirada de [http://www.jn.pt/Reportagens/Interior970.aspx?content_id=2255904]

Num dos pontos do seu Estatuto Editorial (nº 4), pode ler-se que o JN “respeita e prossegue a sua honrosa tradição de porta-voz dos interesses e dos direitos das camadas menos favorecidas da sociedade portuguesa, sem que tal orientação signifique transigência com práticas demagógicas ou sensacionalistas” (ver anexo 3), afirmando-se na sua página do site como “um jornal popular de qualidade que pratica um jornalismo que coloca como protagonista o interesse dos leitores” (Jornal de Notícias, 2008³).

Para além deste interesse pelos grupos e classes mais desfavorecidas, o JN também se afirma pela sua forte vocação regional.

“Estamos perante um jornal do Porto e do Norte de Portugal, pela sua área natural de influência, pelo lugar privilegiado que o Norte e a sua capital tiveram no espaço informativo, pelas vigorosas polémicas que travou em sua defesa, pelo seu conteúdo, publicidade e ainda pela rede de filiais a norte de Coimbra”

(Sousa, 1989: 346).

Segundo o autor, o diário é marcado por uma forte tradição familiar, acabando por encarnar as “aspirações políticas, sociais e culturais” da cidade onde está sediado. “Podíamos dizer que a sua identidade é o Porto, o Norte de Portugal” (Sousa, 1989: 347).

De acordo com as informações do site da Controlinveste, a “solidez, confiança e grande proximidade com os leitores” continuam a ser os valores por que se norteia o jornal. “Tempos houve em que a abertura do JN se fazia invariavelmente com a Política. Hoje, a ênfase vai claramente para os assuntos sociais”, pode ler-se em informações disponíveis no seu site (Jornal de Notícias, 2005⁴). Como constata Ribeiro (2008: 9), “para manter a proximidade com o leitor, o JN chegou a ter quatro edições múltiplas (...): Nacional (sedeada no Porto), Minho, Centro e Sul”.

Tal ligação ao Porto e Norte do país foi afirmada por Manuel Tavares, atual diretor do JN, aquando da sua tomada de posse a 2 de Junho de 2011. Joaquim Oliveira, presidente do grupo Controlinveste, acentuou também a mudança em alguns produtos para o jornal ser “a face visível dos interesses desta região”. “A matriz nortenha deve ser um dos eixos do jornal” (Jornal de Notícias) - esta afirmação exprime bem a lógica de atuação do diário. Aquando da primeira reunião do Conselho Editorial do JN, constituído em setembro, Manuel Tavares acentuou, de forma clara, o novo posicionamento editorial do jornal: “Vamos tentar ser um jornal de proximidade para as

³ Informação retirada de [<http://www.jn.pt/info/quemsomos.aspx>]

⁴ Informação retirada de [http://www.jn.pt/PaginaInicial/Interior.aspx?content_id=526331]

peças e para a região. E queremos ser um jornal de proximidade com qualidade, porque popular e qualidade não são duas coisas incompatíveis” (Jornal de Notícias, 2012). Caracterizando o novo JN como que “dois jornais dentro de um”, o diretor do jornal indicou que a lógica de atuação será a publicação de informação intensiva e de proximidade, prometendo a não se limitar a repetir as notícias das televisões, mas sim a analisar os acontecimentos, destacando “os factos e circunstâncias que as rodeiam” (Jornal de Notícias, 2012).

1.3) O Jornal de Notícias hoje

O Jornal de Notícias pertence, desde 2005, à Controlinveste, um dos maiores grupos de media em Portugal. A empresa fundada por Joaquim Oliveira, em 1984, tem presença nos setores da imprensa, rádio, televisão e internet, para além de participações em atividades na área da publicidade, comunicação multimédia, produção de conteúdos e telecomunicações, como refere na página da internet do grupo. Na imprensa nacional, destaca-se o Diário de Notícias e O Jogo e, na imprensa regional, o Diário de Notícias Madeira, Jornal do Fundão e Açoriano Oriental. Marca presença na televisão por cabo através da SportTV e na rádio com a TSF.

Atualmente, a direção do jornal é da responsabilidade de Manuel Tavares, juntamente com Alfredo Leite e Fernando Santos, como diretores-adjuntos. Ana Sousa Dias, Jorge Fiel e Paulo Ferreira completam a equipa como subdiretores. Couto Soares e Rafael Barbosa assumem o cargo de editores executivos, a par de Elmano Madaíl, Joana Amorim, Manuel Molinos, Pedro Ivo Carvalho, Paula Ferreira e Paulo Martins como editores executivos-adjuntos (a restante composição da redação pode ser consultada no anexo 2). O JN dispõe ainda de um Conselho de Redação composto por Alfredo Maia, Cláudia Monteiro, Erika Nunes, Gina Pereira e Pedro Olavo Simões.

O JN completou 123 anos de existência no passado dia 2 de Junho de 2011, sendo reconhecido como um marco incontornável da imprensa portuguesa. Sedeado no Porto, na Rua Gonçalo Cristóvão, tem como sua principal área de influência o Norte do país. Para além de outra redação em Lisboa, o jornal detém ainda filiais em Coimbra, Aveiro, Braga, Leiria, Viana do Castelo, Viseu e Algarve, complementadas por um conjunto de correspondentes espalhados por todo o território português, responsáveis pela sua pretensão em fornecer “conteúdos transversais a toda a população”

(Controlinveste, 2011⁵). Antes das recentes alterações, o jornal dispunha mesmo de três edições diárias: Norte, Porto e Sul, que diferiam sobretudo nos temas locais e com versões diferentes de capa. Contudo, é mais a Norte do país que o JN consegue atrair mais leitores, com um maior número de vendas (Fernandes, 2010: 12). Agora, apenas é publicado a edição país, igual para todas as regiões. A impressão do jornal é efetuada na Indústria Gráfica do Norte, situada na Maia.

Para responder ao objetivo de praticar “um jornalismo que coloca como protagonista o interesse dos leitores” (informação do site⁶), o JN está dividido em oito secções: Política, Sociedade, Regiões – Porto e Norte/Sul, Segurança, Economia, Desporto, Cultura/Televisão e Gente. Cada editor de secção é responsável por criar a sua própria agenda com os acontecimentos a cobrir no dia seguinte, que é depois enviada para a secção da Agenda, que organiza o plano de agenda que é consultado todos os dias de manhã pelos jornalistas (este é um dos primeiros atos a realizar assim que cada repórter chega ao jornal). Os jornalistas da redação são acompanhados por fotojornalistas da Global Imagens, que também integra o grupo.

“A aposta, todos os dias e em todos os minutos, nas plataformas digitais e no papel, em conteúdos úteis e relevantes para quem nos prefere, vai a par com a objectividade e rigor com que os diversos temas são abordados. Profissionais atentos, dedicados e experientes fazem diariamente, de Norte a Sul do país, 365 dias por ano, o Jornal de Notícias, «o jornal em que milhões confiam»”.

(Controlinveste, 2011)

É desta forma que o grupo apresenta o trabalho produzido pelo JN, realçando a atenção que jornal dedica aos diversos temas da sociedade. Prova disso são também os suplementos publicados com o diário: Dinheiro Vivo (suplemento sobre economia, todos os sábados), Life (suplemento que se destaca pela sua vertente de luxo e carisma, a cada última quinta-feira do mês), Notícias Magazine (revista de informação geral, com publicação ao domingo), Notícias TV (revista de televisão e sociedade, às sextas-feiras), Tuti Classificados (caderno de classificados diário), JN Negócios (suplemento de economia que inclui uma edição portuguesa do Wall Street Journal, todas as sextas-feiras) e Desporto (informação sobre desporto, todos os dias, com um caderno mais detalhado às segundas-feiras). Como refere na sua página de apresentação, o JN “é

⁵ Informação retirada de [<http://www.controlinveste.pt/Pt/Media/Jornais.aspx?item=Jornal de Not%EDcias>]

⁶ Informação retirada de [<http://www.jn.pt/info/quemsomos.aspx>]

também uma referência nos temas locais e é um importante difusor de publicidade, nomeadamente nos classificados” (Jornal de Notícias, 2008⁷).

O JN oferece, assim, um produto jornalístico diário com cerca de meia centena de páginas, em que a “disposição gráfica das notícias vai variando em relação ao número de colunas, de forma a captar a atenção e não tornar a leitura do texto desagradável” (Flores & Nogueira, 2008). Os aspetos gráficos têm sido um dos elementos que mais atenção tem merecido por parte das diferentes direções. O jornal vai para as bancas a um custo de 90 cêntimos de segunda a quinta-feira, de 1,30 euros à sexta- feira e sábado e de 1,40 euros ao domingo. Apesar de abranger todas as classes sociais, “os principais leitores deste jornal são do sexo masculino, estão situados na faixa etária entre os 24 e 35 anos, pertencem à classe média e localizam-se maioritariamente na região Norte do país” (Controlinveste, 2009). De acordo com os dados do Bareme Imprensa da Marktest, referentes ao segundo trimestre de 2011, a audiência média do JN é de 12,4 %, o que corresponde a 1.030.615 leitores. Tais valores representam um crescimento de 14,81% face à vaga anterior e 6,9% face a igual período de 2010 (Meios & Publicidade, 2011) (ver anexo 4). Já no que diz respeito à versão online, os visitantes são sobretudo da zona de Lisboa (Flores & Nogueira: 2008). Como pude comprovar ao longo do meu estágio, o online é uma das áreas em que o jornal tem apostado fortemente.

Com uma tiragem de 109.299 exemplares, é um dos jornais com valores mais elevados, sendo somente ultrapassado pelo Correio da Manhã, com 157.721 exemplares, como constata os dados da Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragem e Circulação (APCT) referentes ao 6º bimestre de 2010 (ver anexo 5). O JN também se destaca em termos de circulação, ficando logo atrás do seu concorrente direto – Correio da Manhã – com 85.786 jornais. De acordo com informações disponíveis no sítio⁸ da internet do grupo, o JN alcançou uma Circulação Média Paga de 86.251 exemplares (dados da APCT, de janeiro a outubro de 2011).

⁷ Informação retirada de [<http://www.jn.pt/info/quemsomos.aspx>]

⁸ Informação retirada de [<http://www.controlinveste.pt/Pt/Media/Jornais.aspx?item=Jornal de Not%EDcias>]

2 - Três meses na secção ‘Porto’

2.1) Porquê o Jornal de Notícias?

Quando chegou a hora de escolher o órgão de comunicação para estagiar, não tive dúvidas de que a minha escolha seria o Jornal de Notícias. No fundo, acho que sempre soube que quando chegasse a hora de decidir, esta seria a minha escolha. Aliás, na candidatura poderíamos escolher três opções e eu apenas coloquei como opção o JN, na esperança de conseguir realizar um dos meus maiores desejos desde que cheguei à universidade.

A imprensa era a minha área de preferência pelo jornalismo, e este gosto foi crescendo ao longo dos anos do curso. Quanto ao Jornal de Notícias, posso dizer que foi e continua a ser o meu jornal de preferência, quer pelo modo como aborda os assuntos jornalisticamente, quer pela proximidade com que se relaciona com os seus leitores. Durante a Licenciatura, tivemos a oportunidade de visitar o edifício do JN e foi uma experiência muito enriquecedora. Conversamos com o diretor-adjunto, Alfredo Leite, assim como com o editor responsável pelo online, Manuel Molinhos. Nessa altura, foi-nos dada a noção de que o online era a grande aposta do jornal, mas a convicção de que o jornal em papel nunca iria acabar. Mesmo durante a minha conversa com Alfredo Leite, que me fez as honras da casa, e me perguntou se não queria optar pelo online, afirmei-lhe, com toda a certeza, que preferiria estagiar numa secção para o jornal impresso. A imprensa sempre foi a minha paixão, o poder tocar no papel, ler e voltar a atrás para reler. A imprensa tem a mais-valia de fornecer um produto jornalístico mais desenvolvido do que a televisão ou até mesmo a rádio, isto porque, muitas vezes, quando as pessoas vão ler o jornal já têm conhecimento de determinados assuntos, procurando encontrar ali uma maior explicação e desenvolvimento desses temas.

Outro dos motivos que pesaram na minha escolha foi o interesse pessoal em saber como funcionava a redação do JN. Isto porque foram muitos os anos como leitora do jornal, o que fez crescer a minha curiosidade quanto à forma como trabalham os jornalistas, seus métodos, práticas, rotinas, relação com colegas, fontes e chefias.

O facto de estar sediado no Porto também foi outro elemento que pesou na minha escolha, por ser um dos locais mais próximos da minha área de residência. Um jornal regional poderia também ser uma opção, mas como já tinha estagiado num jornal

regional semanal de Paços de Ferreira, achei que seria oportuno estagiar num jornal nacional diário, para ter conhecimento das suas lógicas de atuação.

2.2) A secção ‘Porto’

A redação do jornal está dividida em secções, cada uma coordenada por um editor e sub-editor e a equipa de jornalistas. Na entrevista, tive que decidir para que secção gostava de trabalhar. Optei pela secção do ‘Porto’ por ser uma das grandes apostas do jornal, o que significaria mais hipóteses de trabalhos e mais oportunidades para aprender. O meu estágio começou a 29 de agosto e terminou a 28 de novembro.

O ‘Porto’ é coordenado pelo editor executivo-adjunto Pedro Ivo Carvalho, a editora Margarida Fonseca, o editor-adjunto Hugo Silva e os jornalistas Dora Mota, Carla Sofia Luz, Hermana Cruz, José Miguel Gaspar, Marta Neves, Pedro Olavo Simões, Ana Carla Rosário, Rui Branco e Ivete Carneiro. A secção conta ainda com os colaboradores Salomão Rodrigues (Santa Maria da Feira), Ana Trocado Marques (Trofa) e Milene Marques (Oliveira de Azeméis).

2.3) Primeiras aprendizagens

Para me ambientar com a lógica de escrita, comecei por ler a edição do dia do JN e aprendi a trabalhar com o programa Millenium, programa de edição do jornal. Depois, já estava pronta para começar a escrever para a edição do dia seguinte. Foi-me proposto escrever cinco breves, a partir de *press-releases*. Não era nada a que já não estivesse habituada, pois já tinha como bagagem a experiência da licenciatura, assim como os meus primeiros passos no Académico (jornal da Universidade) e no jornal regional de Paços de Ferreira, que tinha estagiado numas férias de verão. Mas agora era diferente. Estava a escrever para o JN, e as minhas breves iam ser publicadas. Para além disso, era a primeira impressão que iam ter sobre mim, quanto à forma como eu escrevia. O facto de ter lido o jornal do dia anterior foi importante, pois foi uma boa ajuda para perceber o esquema de escrita de jornal (tipo de construção de frases). A apreciação da Carla Sofia Luz foi positiva, o que foi bom para o primeiro dia.

No dia seguinte cheguei cedo à redação (optei por fazer o horário das 10 às 18 horas). Percebi, desde logo, que o trabalho de jornalista é mais intenso ao final do dia, razão pela qual a redação de manhã está mais calma. Só a partir das 14 horas, começam a chegar mais jornalistas. A Marta Neves já estava na sua secretária e foi ela quem me explicou qual a rotina que devemos ter logo assim que chegamos à redação. A primeira

coisa a fazer é consultar a agenda, para ver se nos foi atribuído algum serviço. Temos o mapa de saídas com indicação do jornalista e do repórter fotográfico que vai acompanhar, mas também a agenda com indicação dos assuntos a abordar no dia. Por vezes, há serviços que não são com fotografia e temos que verificar aqui se não temos uma saída marcada. Depois, temos que ir buscar o jornal do dia, para ficar a par do que foi publicado, verificar se a nossas notícias anteriores sofreram alterações dos editores ou, então, se perderam espaço para outras notícias mais importantes.

O primeiro jornalista da secção a chegar costuma ainda ir levantar os jornais do dia ao piso inferior, para comparar com o que foi publicado com o JN (Ver o que outros órgãos publicaram e nós não, a que assuntos deram mais importância. No fundo, comparar o que foi publicado). Outra das coisas importantes a fazer é ir consultando durante o dia as notícias que vão sendo publicadas na Lusa (no programa Millennium News do jornal).

Uma das práticas que também faz parte da rotina dos jornalistas do JN e que é muito importante é a volta telefónica, que é feita quatro vezes ao dia: 10horas, 14horas, 18horas e 20horas. Os telefonemas eram realizados para os Bombeiros do distrito de Porto, Brigadas de Trânsito, comando da PSP, entres outros. Em situações específicas, eram contactadas outras entidades, como por exemplo as capitánias. Era, muitas vezes, através da volta telefónica que ficávamos a saber de muitos acontecimentos, como incêndios ou acidentes de trânsito, para os quais eram enviados jornalistas (cheguei a acontecer-me ser enviada para dois incêndios que tivemos conhecimento através da volta telefónica).

Ainda neste segundo dia, tive que fazer duas notícias pequenas, que obrigaram a ligar para os responsáveis dos eventos. Era a primeira vez que contactava com as fontes através do telefone. Uma era sobre a construção de novas instalações de um lar de idosos na Maia e a outra sobre três circuitos pela cidade do Porto, promovidos pela Casa Museu Marta Ortigão Sampaio. Aqui, foram dois ensinamentos que aprendi. Quanto à primeira notícia, percebi que é preciso ter cuidado em fazer todas as perguntas sobre o assunto, de modo a que possamos informar o público com aquilo que ele precisa de saber. Lembro-me de ficar um pouco desapontada comigo por ter de voltar a ligar para a responsável, para lhe voltar a perguntar uns pormenores que não havia perguntado. Mas ainda estava a começar e é com os erros que se aprende. Foi a minha primeira notícia assinada. Quanto à segunda notícia, esta mais pequena, tive a minha primeira experiência em contactar o Gabinete de Comunicação da Câmara do Porto. Depois de

falamos com o assessor pelo telefone, este indica-nos que temos que enviar as nossas questões por e-mail, e nem sempre a resposta nos é dada atempadamente, ou então, chega após uma grande insistência da nossa parte. Felizmente neste caso consegui obter resposta, mas houve situações para o final do estágio em que não recebi em tempo oportuno.

No terceiro dia, conheci a minha orientadora Margarida Fonseca. Agora, mais que antes, iam estar à prova as minhas capacidades. Quando cheguei à redação de manhã, tinha trabalho para mim: contactar o organizador do Oporto Fest Music & Art Festival. Assim, enviei um e-mail para o contacto disponível e pedi que me fornecessem um contacto telefónico para esclarecer pormenores sobre a atividade. Responderam prontamente e, como combinado por telefone, enviei as questões novamente por e-mail. A ideia da minha editora (e orientadora) era assistir aos preparativos do evento para fazer uma reportagem, mas como tal não era possível uma vez que os preparativos se restringiriam ao dia por se realizar no Palacete Pinto Leite que albergava até lá outras atividades, a notícia cingiu-se só a anunciar o evento (a notícia só foi publicada na segunda-feira seguinte, apenas o primeiro contacto se realizou neste dia).

Desde que comecei o estágio no jornal e como me disseram alguns colegas, a melhor forma de ter a certeza que vamos obter resposta das fontes é contactar por telefone, só se pedirem é que devemos enviar os pedidos de esclarecimento por e-mail (lembro-me de um dia a Dora Mota me dizer que o que um jornalista deve fazer sempre é contactar directamente a fonte por telefone para garantir uma resposta, pois o e-mail não garante que essa pessoa o veja e que responda prontamente).

Ainda neste dia, escrevi breves e uma notícia pequena sobre o aniversário do Programa Ronda da Caridade, no Porto. Nesta altura, já estava habituada à forma como se escreviam as breves no JN, tendo sempre em conta que se escrevia para o dia seguinte (cuidado com as datas, escrevendo ‘hoje’ sempre que uma atividade se realizasse no dia seguinte).

2.4) O primeiro serviço sozinha

Depois de ter conhecido a minha orientadora no dia anterior, não estava à espera que me mandasse sozinha para um serviço no dia seguinte. Quando cheguei à redação não fui logo ver a agenda, comecei por ligar o meu computador e buscar o jornal ao lugar do costume. Depois, quando fui ver se tinha algo marcado, qual não foi o meu espanto quando vi o meu nome lá discriminado para um serviço. Um colega da agenda

perguntou se era eu a estagiária e indicou-me que o fotógrafo ia direto para o local. Tive que ir sozinha, à descoberta.

O destino era a Creche da Associação Mamedense de Apoio Social, em S. Mamede de Infesta, Matosinhos (este foi um dos municípios que mais serviços fiz). O serviço estava marcado para as dez, por isso, logo que cheguei à redação tive que sair. Quando lá cheguei a visita à creche já havia começado, mas o assessor do presidente da Câmara de Matosinhos, Manuel Costa Pereira, esperava-me à porta e indicou-me onde estava a decorrer a cerimónia. A partir deste momento, percebi que este era um dos assessores mais acessível e prestável para com os jornalistas. De facto, os assessores são uma parte interessada na divulgação dos acontecimentos relacionados com as instituições para as quais trabalham. E estar disponível para os jornalistas, fornecendo-lhes todas as informações de que necessitam, é uma das principais funções da sua atividade profissional.

Como referem vários autores, dos quais se destaca Rogério Santos (1997), entre jornalistas e fontes estabelece-se uma relação de negociação, que pressupõe cooperação por ambas as partes. Daí a disponibilidade tanto dos assessores como dos jornalistas, conscientes que devem preservar esta relação para situações futuras, ou seja, ambos sabem que o trabalho de um está dependente do trabalho do outro. Assim sendo, depois de entrevistar Guilherme Pinto, presidente do município, com os restantes jornalistas presentes, pedi ao assessor para falar com o presidente da Associação e vereador da Educação da Câmara de Matosinhos, António Correia Pinto. Só assim senti que a minha notícia estava completa e poderia ter informação que se pudesse distinguir dos outros órgãos de comunicação. O balanço: positivo. Estava preparada para os próximos serviços. Mal eu sabia que ia ser já essa tarde.

Chegou à redação a notícia de que o campo de jogos de São Pedro da Cova havia sido vandalizado na noite anterior e eu marquei com o presidente do clube para irmos fazer reportagem no local. Desta vez, fui com uma repórter fotográfica do jornal (Lisa Soares) para o local. Antes de sair para o serviço a Carla Sofia Luz ajudou-me a preparar algumas perguntas que devia fazer nestas situações, como a dimensão dos prejuízos, a capacidade do clube para suportar os custos, as consequências para os jogos, opinião de alguns adeptos e, por fim, perceber que tipo de clube se trata (joga em que Liga do campeonato). Depois de chegar a redação, contamos à editora o que dá a nossa notícia e escrevemos no espaço destinado à notícia. Como estagiária, depois de

escrever a notícia fui ter com a editora para corrigir e perceber quais os erros que cometi.

2.5) Primeiro mês

A semana seguinte também começou bem, com serviços marcados todos os dias. Geralmente, os meus trabalhos eram de manhã, o que me dava tempo para da parte da tarde escrever a notícia. Como fui percebendo ao longo do tempo, as páginas só estavam prontas para o fim da tarde, pelo que comecei, e também me sugeriram, a escrever em pré-maquetas para depois transferir o texto para a página definida, fazendo aí os retoques necessários. No final, depois de ter a minha notícia concluída, costumava fazer as breves da secção. Esta era uma rotina que já tinha interiorizado.

Foram muitas as notícias que escrevi ao longo deste mês, mas apenas farei nota aquelas que realmente se destaquem.

A grande notícia que só deu uma breve

Num dia da segunda semana de estágio, como de costume, tinha ido para o serviço de manhã e redigido a notícia depois de chegar à redação (reabertura da estação do metro D. João II, em Gaia). Ao final da tarde um leitor liga para o jornal, dizendo que tinha em casa uma “dália gigante”, que parecia uma bola de futebol. A minha editora questionou se o jornal fazia cobertura deste tipo de acontecimentos. De facto, tratava-se de um assunto que respeitava o critério do inesperado e raridade, mas era um tema que não costumava fazer notícia na secção. Não era abrangente e nem correspondia aos interesses que se supõe ser dos leitores em geral, ou seja, estava aqui em causa a sua importância e interesse. No entanto, ficou decidido irmos ao local para avaliar a sua noticiabilidade. Fui de táxi com o repórter fotográfico Rui Oliveira, para Avintes.

A verdade é que a grande notícia apenas deu uma breve, com direito a fotografia. A dália não tinha um tamanho tão exagerado como o senhor estava convencido que tivesse e o jornal decidiu apenas fazer uma pequena nota para este assunto. Fica aqui a questão se este assunto deveria até ter dado lugar a uma breve no JN, tendo em conta que outros assuntos foram excluídos para publicação. O processo de produção de notícias envolve sempre uma seleção dos assuntos que se consideram ter qualidades para serem tornados públicos. E este assunto foi merecedor de espaço no jornal, atendendo ao facto do JN se afirmar como um jornal popular, que faz para preservar a

sua relação com os leitores. Relembro que este assunto surgiu por iniciativa de um leitor. Posso dizer que ficou na memória uma experiência gratificante, que me deu a perceber que um serviço não é garantia de uma notícia no jornal. A noticiabilidade de um assunto é posta em causa no local, ganhando espaço no jornal tendo em conta o seu grau de importância.

Mês preenchido

Os serviços continuaram ao longo do mês. Eram oportunidades das quais deveria tirar o máximo proveito, quer da forma como me comportava no local de cobertura, quer na relação com as fontes (entre as quais os assessores). Todos os trabalhos foram muito produtivos e reveladores de grandes ensinamentos que pôde retirar desta experiência. À medida que o tempo ia passando, fui-me apercebendo de rotinas e práticas que tinha que seguir para que o meu trabalho corresse da melhor forma possível (ensinamentos esses que tenho vindo a destacar ao longo da exposição da minha experiência de estágio). Uma das questões de que me fui apercebendo foi o quanto é importante ir para o local sabendo todas as informações relativas ao evento que vamos cobrir. Isto porque não podemos dar a entender às fontes que estamos a fazer um trabalho do qual não temos um conhecimento aprofundado. Para além disso, é útil, sempre que possível, adiantar eventuais questões que possamos colocar no local, com vista à obtenção de informação adicional que não tenha sido divulgada pelas fontes. Poder-se-á dizer que devemos estar sempre um passo à frente.

Lembro-me de um dia ir à inauguração dos centros escolares em Valongo e aproveitar a viagem longa para preparar as minhas questões a colocar à vereadora da Educação, Maria Trindade Vale, e ao vice-presidente da Câmara, João Baltasar. A cerimónia estava marcada para as 10 horas e como era só a essa hora que chegava à redação, não consegui chegar a tempo à inauguração. Assim sendo, mantendo contacto telefónico com a assessora Isabel Monteiro, consegui que esta assegurasse que conseguia falar com estes dois representantes da Câmara. E a preparação que fiz ao longo da minha viagem revelou-se uma mais-valia.

Mas foram muitas as situações que recorro com bom grado, como a entrega dos prémios da STCP aos vencedores do concurso 'Pinta o Duplex', no Museu do Carro Elétrico, ou então a reportagem no Lavadouro das Fontainhas, junto à Ponte do Infante, no Porto. Este último trabalho já havia sido realizado um ano antes e o propósito era eu ir lá ver se a situação ainda se mantinha. O facto é que estava tudo na mesma e as

moradoras lembravam-se da última vez que o JN lá tinha estado. Contaram que no dia após a publicação da notícia lá tinham estado elementos da Junta de Freguesia do Bonfim para resolver a situação da falta de escoamento e da limpeza do tanque. Mas a situação já se vinha a arrastar de novo. Depositando novas esperanças no jornal, enumeraram-me os problemas que afetavam o lavadouro.

De facto, os leitores vêem no jornal um espaço para expor os seus problemas, o que vai de encontro ao modo como o JN se afirma no panorama nacional, pela prática de “um jornalismo que coloca como protagonista os interesses dos leitores” (Jornal de Notícias, 2008⁹). Está aqui reservado ao jornal o papel de ‘voz dos cidadãos’, o que a meu ver se encaixa no propósito dos media de imporem a ordem na sociedade, informando os leitores do que está mal na realidade que os rodeia. Com isto, o JN segue a sua linha de orientação que se resume a ser um jornal de referência na informação de temas locais. Para respeitar o Princípio do Contraditório, falei ainda com o presidente da junta, que me garantiu ir lá no dia seguinte para averiguar a situação. Percebi, de imediato, o poder que os meios de comunicação exercem.

Situação idêntica sucedeu numa altura em que fui fazer uma notícia sobre uma mulher que se havia ferido num buraco provocado pela queda de um poste de electricidade da EDP, que até à altura não havia assumido a responsabilidade. Rosa Jordão ligou para o jornal para contar a sua história e nós lá fomos fazer uma reportagem a sua casa. Chegada à redação tinha que fazer o que me competia: contactar a EDP para lhe expor o caso e saber se iria assumir os encargos do sucedido. Assim que liguei, pediram-me que esperasse um contacto posterior para analisarem a situação. A verdade é que não tive que esperar muito. Passado poucos minutos o telefone tocou. A EDP ia indemnizar a mulher ferida. Mais uma vez aqui a força dos media a atuar, daí que muitos os considerem como o ‘quarto poder’.

No meu entender, a função dos meios de comunicação é informar com todo o rigor o seu público, dando conta dos aspetos positivos, mas também negativos que ocorrem, contactando todas as fontes envolvidas para respeitar o ‘Princípio do Contraditório’, de modo a não expor apenas o ponto de vista de um dos lados da história. Acaba, assim, por se alargar a muitos campos da sociedade. Só assim é cumprido o seu papel. O que é certo que são inúmeros os casos semelhantes a estes que ocupam as páginas dos jornais.

⁹ Informação retirada de [<http://www.jn.pt/info/quemsomos.aspx>]

Durante o mês de Setembro, destaco ainda alguns trabalhos que fiz sobre o projeto 'Manobras do Porto'. Para além da conferência de imprensa de apresentação do evento, fiz ainda duas notícias sobre atividades que se desenrolaram durante os cinco dias de programação, uma das quais a ação de rua com sete vacas leiteiras a pastarem na estação de metro da Trindade. A outra sobre as hortas comunitárias cultivadas por voluntários no centro histórico da cidade. Estes trabalhos demonstraram-me que um evento como este, com relevância para o Porto, marcado pela novidade, irreverência e diferença, acaba por ter espaço nas páginas do JN dada a sua ligação com a cidade. Por exemplo, o cultivo de legumes frescos no centro histórico é um assunto que contrasta com a realidade citadina e que acabou por abranger um grupo considerado de pessoas, sobretudo desempregados, daí o interesse noticioso para o jornal, em virtude da sua preocupação com as causas sociais. Habitualmente, assuntos que rompem com a normalidade são considerados de elevado grau de noticiabilidade.

Merece ainda aqui referência a movida na Baixa do Porto, mais concretamente na estação de metro dos Aliados. A abertura estava prevista para as 18 horas, mas foram poucos aqueles que estiveram lá desde o início. O ecrã-gigante acabou por ser um chamariz para os adeptos do Futebol Clube do Porto. Dada a fraca afluência no início, estive lá três horas para recolher depoimentos que me permitissem construir uma boa reportagem. Depois de chegar à redação, foi um contra-relógio. O editor Hugo Silva já me aguardava para corrigir a minha notícia e fechar a página. A verdade é que consegui gerir a pressão do tempo e o meu texto saiu com destaque (abertura de página). O esforço foi compensado.

Percebi que, muitas vezes, as expectativas que temos antes de ir para um serviço podem não corresponder à realidade, que foi o que se sucedeu. Por isso, torna-se importante saber trabalhar com a situação que nos deparamos, tirando todos os apontamentos necessários e falar com todas as pessoas disponíveis para quando chegarmos à redação termos os elementos necessários para fazer uma boa notícia. Adicionalmente, posso tirar daqui uma outra aprendizagem, que diz respeito às pressões a que estão sujeitos os jornalistas, como o tempo e hora de fecho das publicações. De facto, quando o meu editor me enviou para o local, a intenção era assistir ao que se ia passar durante uma hora. Mas como referi, tive que permanecer lá mais de três horas, o que significava arrastar o fecho da edição até mais tarde e que eu fizesse a minha reportagem no menor tempo possível. O tempo é um forte constrangimento à atividade jornalística, não podendo, contudo, ser razão para não fazermos o que é pretendido.

2.6) Os dois meses que se seguiram

Outubro e novembro também decorreram a um ritmo acelerado. Os serviços exigiam de mim um empenho mais acrescido. Foram muitas as idas ao Hospital de São João e o contacto com o assessor Ivo Caldeira, para cobrir várias atividades sobre o projeto ‘Um lugar para o Joãozinho’. A publicação destes acontecimentos devia-se também, em grande parte, ao facto do JN ser *media partner*, um conceito que fui conhecendo ao longo do estágio. Esta parceria entre os órgãos de comunicação e os organizadores de eventos, que se sustenta em benefícios e contrapartidas, parece-me vantajosa para o jornal. Isto porque permite ter acesso ‘privilegiado’ a informações, tão necessárias para se fazer jornalismo. Apesar de haver esta ligação com as fontes na significa que haja, por parte do jornal, a tomada de partido na notícia, apenas remete para a divulgação dos eventos em contrapartida da receção de informações sobre todos os acontecimentos organizados.

De igual modo, recordo ainda os meus serviços na Reitoria da Universidade do Porto, assim como na Escola de Hotelaria e Turismo do Porto. Foram locais que voltei por mais do que uma vez e que ainda relembro. Percebi que os jornalistas voltam muitas vezes aos mesmos locais, por diversas situações, acabando por criar relações com as suas fontes de informação, como os assessores, ligações essas que facilitam em muito o nosso trabalho jornalístico. Ambos têm interesses em noticiar um acontecimento e este ponto é importante para entender a necessidade de existir aqui este conhecimento (partilhar contactos). Contudo, esta relação não é transparente, porque encerra em si os interesses de cada uma das partes.

De facto, durante o seu trabalho, o jornalista tem que ter consciência de que é do interesse da fonte a divulgação da notícia, exigindo um olhar atento sobre o que é importante ser do conhecimento do público, excluindo informação irrelevante. Em contrapartida, convém procurar manter o contacto com as fontes, pois um contratempo nesta relação pode levar a que estas ‘sequem’ para nós, o que pode ser complicado em situações que sejam fundamentais e inevitáveis. Convém não esquecer que estas fontes podem ser influentes em determinadas áreas, o que se pode revelar constrangedor.

Casos complicados

Era sexta-feira e eu só tinha marcado um serviço, que era para ser feito por telefone (ao final da tarde), o que significava que estava disponível para qualquer

urgência que surgisse. E uma urgência surgiu mesmo com um incêndio no Hospital Privado da Boavista, no Porto. Era a única jornalista disponível para o serviço e lá fui acompanhada pelo fotógrafo. Já não estavam os bombeiros e o aparato não tinha terminado. Tinha que falar com algumas pessoas que lá tivessem estado para me contarem o que se sucedeu. Mas não foi fácil, ou porque não tinham visto ou porque não queriam falar. Mas depois de alguma insistência e conversa com dois taxistas que lá estavam, consegui obter algumas informações (em anonimato). Contactei o comandante dos bombeiros que estiveram no local, para que me indicasse todos os pormenores do sucedido (um passo normal nestes casos). Falei ainda com a assessora do hospital, que me pediu que aguardasse um telefonema durante a tarde. O telefonema chegou e um comunicado também.

Mas a situação foi-se agravando à medida de que o dia ia avançando. O fogo teria sido provocado por um paciente que se encontrava no último piso, que tinha sido transferido para o Hospital da Prelada. A verdade é que, devido às queimaduras graves, o doente acabou por falecer, o que colocava o hospital numa situação complicada. Havia que apurar se o Hospital iria assumir alguma responsabilidade caso as investigações assim o indicassem, mas tudo apontava que teria sido culpa do doente.

Muitas informações foram recebidas em *off*, prática que ainda não estava habituada, mas que seria comum nestas situações. Aqui levantam-se reflexões éticas. Isto porque o dever do jornalista é informar o público e o *off the record* implica manter em segredo essas informações, que em alguns casos podem ser relevantes. Mas esta obtenção foi feita sob o compromisso de que não seriam reveladas. E este compromisso é aceitável, porque é preferível ter conhecimento dessas informações, do que total desconhecimento, mesmo não podendo publicar, como sugere Joaquim Fidalgo (1998). O jornalista tem que estar informado para informar. É essencial avaliar as situações, de modo a perceber quando se está a ser manipulado. O *off the record* tem que ser justificado, não pode ser aceite naturalmente sem que haja uma avaliação da situação. Posso dizer que é sempre uma situação complicada e até delicada, como o caso exposto. (Uma jornalista que fez picket – turno das 16 horas às 23 horas – nesse dia foi ao hospital para falar com os familiares da vítima, para acrescentar agora o seu ponto de vista. A notícia ganhou outra dimensão, com um novo ângulo de noticiabilidade).

Em outra situação assisti a uma grande azáfama na redação. O mau tempo afetava fortemente a região do Porto, para além de vários locais a nível nacional. Eram necessários vários jornalistas para os vários locais do ‘Porto’, mas não eram suficientes.

Um jornalista tinha que fazer mais do que um serviço. Para além disso, o caos no trânsito impossibilitava que tal corresse com normalidade, dificultando estar nos momentos certos à hora certa. A via rodoviária estava entupida de carros e a linha ferroviária também não era solução, pois estava inundada. Percebi, desde logo, que este imprevisto alterou por completo o que havia sido agendado para o dia, acabando por ganhar espaço no jornal. Várias notícias acabaram por cair (era isto que acontecia sempre que algo mais importante surgia em última hora e devíamos estar preparados para tudo).

Já mais para o final do estágio, quando pensava que o meu dia ia terminar com tranquilidade, surgem dois incêndios, uma em Gaia, outro no Porto. Estava disponível e fui para os dois serviços. Foi então que percebi o quão complicado é ter dois serviços num curto espaço de tempo. O meu editor indicou que fosse primeiro para o incêndio em Gaia, numa casa devoluta do centro histórico. Os bombeiros já não estavam no local, apenas consegui falar com algumas pessoas que por lá passavam para ver o que se tinha sucedido. Não tinham muito para contar, é verdade, mas se não fossem elas, com o seu testemunho, não era possível construir a minha notícia. Aqui está clarividente a dependência dos jornalistas para com as fontes de informação, quando não presenciam os acontecimentos. Como constata Manuel Pinto (2000: 277) é nas fontes que está a origem dos factos, ou seja, é às fontes que os jornalistas vão ‘beber’ a informação. Aqui, os bombeiros são outra fonte imprescindível. De facto, através deste contacto consegui perceber, com maior exatidão, a gravidade do sucedido, ao darem pormenores como as possíveis origens do fogo, a evacuação do edifício ou até os danos causados.

Quanto ao outro incêndio, a informação que tínhamos recebido na redação não estava completamente certa, não havia ninguém que pudesse contar o que aconteceu e em nada deu o meu serviço. Foi a primeira vez que tal me tinha acontecido. Mais uma vez, isto demonstra que ir para o local não é garantia de notícia. Só no local podemos avaliar a situação e comprovar ou não as informações que chegam à redação, para depois decidirmos se temos material para avançar com a matéria. Tal também se sucede dada o desfasamento entre o momento que ocorreram os incêndios e o momento que tivemos conhecimento das informações, adicionando o tempo para chegar aos locais. Em situações como estas, não previstas na agenda, acrescenta-se o problema da disponibilidade dos repórteres fotográficos, já destacados para outros serviços.

Mas foi mesmo um dia antes de terminar a minha passagem pelo JN que surgiu um serviço à séria, como me disse a Marta Neves. Foi mais um incêndio, mas desta vez

consegui assistir ao trabalho dos bombeiros no local e falar com algumas pessoas que assistiam ao que tinha acontecido. Não sabia se estaria a atrapalhar o trabalho dos bombeiros ao interrompê-los para os interrogar. Mas para eles já era normal os jornalistas assistirem ao seu trabalho e facultaram-me todas as informações de que precisava, levando-me até aos locais onde se estava a desenrolar a ação em concreto, o que me permitiu dar um ponto de vista visual à minha notícia. Senti mesmo que estava no terreno e a fazer aquilo por que havia empenhado nos últimos anos – ser jornalista.

2.7) Textos elaborados durante o estágio

Ao longo do estágio, tive oportunidade de fazer algumas reportagens para o ‘Porto’ e escrever para outras secções do jornal, como a Segurança, Sociedade e Economia. Aqui, senti-me um pouco receosa, pois não estava habituada ao estilo de escrita. Lembro-me de ter sentido mais dificuldades nas notícias para as secções Segurança e Economia, por se distanciarem mais da secção onde estava a estagiar. Os editores sempre tiveram o cuidado de me explicarem o que pretendiam do serviço, indicando alguns aspetos que deveriam estar presentes nas notícias.

Reportagens para o ‘Porto’

Feira Medieval de Leça do Balio, Matosinhos

A Feira Medieval de Leça do Balio, em Matosinhos, foi a minha primeira reportagem no JN. Este foi o primeiro dia em que conheci o Pedro Ivo de Carvalho, o chefe da secção (editor executivo-adjunto), que me deu oportunidade para fazer a minha primeira reportagem para o jornal.

A cerimónia de abertura só estava marcada para as 17 horas, mas eu saí da redação, com a fotógrafa, às 15.30 horas. A ideia era que na reportagem fosse possível perceber o espírito que lá se vivia, para além de ter a sensação de que estivemos lá. Na verdade, ainda não eram muitas as pessoas que por lá já passeavam, mas comecei por falar com vários artesãos que, trajados a rigor, vendiam os seus produtos, para além de alguns visitantes que se encontravam no recinto. Depois, falei com o vereador da Cultura da Câmara de Matosinhos, Fernando Rocha, que se disponibilizou a fazer uma visita guiada ao recinto, dando conta de todos os pormenores do evento. Lembro-me de ter saído da redação às 20 horas, mas com o sentimento de missão cumprida, isto porque quando lá cheguei pensei que ia ser complicado encontrar as pessoas certas para falar.

Mas com insistência consegui fazer o que me foi pedido. De facto, no local temos que demonstrar grande profissionalismo.

Numa reportagem, é importante criar uma imagem visual no leitor, para que ele enquanto lê a notícia se imagine no local. É essencial ser descritiva. Para além disso, acrescentar a todos os figurinos da Feira, há sempre que contactar as fontes oficiais, para contextualizar o evento e conferir credibilidade à notícia. É uma coisa importante a ter em conta: não podemos vir para a redação com a sensação de que deveríamos ter contactado mais pessoas ou que não temos as informações necessárias. Temos que ter a história construída na cabeça, saber qual a notícia que vamos publicar.

Veleiro atracado na Ribeira, Porto

Este foi um dos grandes desafios do meu estágio. Um veleiro estava atracado na Ribeira do Porto, prestes a partir para uma aventura pelo Oceano Atlântico até às Caraíbas. Até lá, os turistas ingleses, franceses, sul-africanos e brasileiros permaneciam em terras portuguesas para visitar os monumentos históricos e contribuir para o negócio da cidade (este era o propósito da Adventure Atlantic 2011).

Quando parti para o serviço pensei que ia ter lá um elemento da organização que nos pudesse receber. Mas não. Apenas lá estavam os capitães dos veleiros e alguns turistas. O primeiro desafio: descer ao veleiro. Depois, falar em inglês. Não havia preparado questões em inglês, pois não sabia que ia ser assim. Tive mesmo que improvisar para sair do serviço com as informações de que necessitava para construir uma boa reportagem. Percebi que em todos os momentos, mesmo quando menos esperamos, as nossas capacidades e forma de encarar o trabalho estão sempre à prova.

Penso que os estudantes de jornalismo deviam ter uma formação que tivesse em conta estes aspetos, possibilitando aprendizagens a um nível mais prático, de modo a prepará-los para enfrentar situações como estas. A meu ver, esta é uma área muito importante e, como podemos ver, mesmo em jornais nacionais portugueses se verifica a necessidade dos jornalistas dominarem outras línguas. O profissional de jornalismo deve dominar um pouco todas as áreas, dada a sua transdisciplinariedade. Todos os contextos devem ser equacionados durante a sua formação. O capitão de um dos veleiros e os turistas foram muito prestáveis e compreensíveis com a distância de linguagem que nos afastava e o balanço foi positivo. Contactei ainda, por telefone, o responsável português pelo evento, que me forneceu indicações importantes que ajudaram a complementar o meu texto.

Outro aspecto que esteve em análise foi a minha capacidade visual. Uma reportagem vive da descrição e eu tinha de construir uma notícia com elementos visuais, que permitissem dar a conhecer ao leitor o ambiente que se vivia no veleiro. A cozinha apetrechada com mantimentos e fogão para cozinhar, a vista privilegiada para o cais de Gaia e a Ribeira do Porto. Tudo isto dentro de uma embarcação com 20 metros de comprimento, ocupados por turistas desejosos para uma aventura marítima.

Vendedores de castanhas, Porto

Já para o final do meu estágio, tive a oportunidade de fazer uma reportagem sobre os vendedores de castanhas da cidade do Porto, que temiam perder o lugar de venda de anos, após a introdução da medida da Câmara do Porto de aplicar uma candidatura aos locais, sendo sorteado em caso de haver mais de um interessado. Os vendedores estavam revoltados.

O processo foi-me explicado pelo marido de uma das vendedoras que temiam perder o lugar, e que me indicou outras duas pessoas na mesma situação. Assim, fui para a rua com fotógrafo da parte da tarde, altura em que os vendedores montam a sua banca. Depois de apresentar o que estavam a viver, faltava ouvir a parte da Câmara para respeitar uma regra essencial do jornalismo: o Contraditório. Apesar de já ter enviado o e-mail de manhã para a Câmara e tentar contactar, por telefone, várias vezes a assessora, não consegui obter a resposta em tempo útil. No dia seguinte, em que se realizava um dos sorteios, voltei a contactar a Câmara, que só depois de muita insistência e do horário de trabalho, me deu uma resposta.

Este foi mais um dos ensinamentos que adquiri ao longo do meu estágio. Como pude comprovar e também como me referiram alguns colegas da secção, é muito complicado obter respostas atempadamente das fontes, nomeadamente da Câmara do Porto. O que fazer nestas situações? Insistir e voltar a insistir até que respondam.

Revolta do Bacalhau, Escola de Hotelaria e Turismo do Porto

Um trabalho demorado. O concurso “A Revolta do Bacalhau” realizou-se, este ano, na Escola de Hotelaria e Turismo no Porto e consistia na realização de provas ao longo do dia por parte dos concorrentes, nas três categorias a concurso. O meu serviço estava agendado para as 12 horas, mas quando lá cheguei as provas ainda demoravam a terminar e foi-me indicado que os vencedores só iriam ser anunciados ao final da tarde. A ideia era fazer reportagem com os três vencedores. Entretanto o editor Hugo Silva

liga-me a dizer que iria ter mais espaço na página, o que implicava que falasse em particular com cada um dos vencedores.

Eu e o repórter fotográfico, Artur Machado, aguardámos até que fosse anunciado o veredito final do júri, presidido pelo chefe Hélio Loureiro. Percebi que o fator tempo é mesmo um elemento contra o trabalho dos jornalistas. Trabalhar sobre pressão para terminar a notícia, para que os editores possam corrigir e fechar as páginas para enviar para a gráfica é, de facto, uma constante na vida profissional dos jornalistas. É fundamental aprender trabalhar a este ritmo, e agora, compreendo a insistência dos professores da licenciatura em proporem-nos a realização de trabalhos com limite de tempo. O que estavam a fazer era mesmo a preparar-nos para o mundo de mercado.

Notícias para outras secções do jornal

‘Segurança’: Incêndio em stand de automóveis

Quando saí da redação pensei que estivesse a fazer um serviço para o ‘Porto’, mas só depois de estar no local me apercebi de que a notícia ia para a secção ‘Segurança’. A Marta Neves deu-me algumas indicações de como agir neste tipo de situações.

Quando lá chegámos já alguns órgãos de comunicação haviam lá estado, como a RTP e o Canal Porto. Falei com o proprietário do stand que ainda lá estava a avaliar os prejuízos, mas que pediu ara não ser identificado, assim como o nome do stand, por suspeitar de tratar de uma vingança. Consegui ainda falar com a vizinha que deu o alerta e que ainda se encontrava em estado de choque com o que havia acontecido. A notícia foi então tratada na ‘Segurança’, sendo complementada com elementos policiais recolhidos pelos colegas da secção. Foi uma experiência diferente, mas enriquecedora. Recordo-me que demorei mais do que o habitual a redigir a notícia, com mais preocupação com o tipo de palavras que deveriam ser utilizadas neste tipo de situações.

‘Sociedade’: Noite Europeia dos Investigadores na Reitoria da Universidade do Porto

Quando cheguei ao local, percebi que o concerto dos investigadores só se ia realizar da parte da tarde e então teria que fazer a minha reportagem com as atividades que estavam a decorrer: demonstrações de ciência ao vivo. Depois de assistir a algumas experiências, decidi falar com os responsáveis das bancas que mais atraíam jovens. O fotógrafo, José Carmo, acompanhou-me pelo ‘laboratório de rua’ para fazermos as

tradicionais ‘carinhas’ para o ‘Discurso direto’, de modo a complementar a reportagem. O serviço correu bem e a apreciação da editora da Sociedade, Paula Ferreira, foi positiva.

Essa não foi a única vez que fiz uma notícia para a secção. Para o ‘Dia do Professor’, o jornal publicou várias notícias sobre a temática. Eu fui enviada para a Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico do Porto para entrevistar jovens universitários para os questionar quanto à sua profissão futura. A tarefa não foi complicada porque só eram necessários quatro testemunhos, contudo o que se revelou mais complicado foi encontrar alunos (visto que se encontravam em tempo de aulas) e convencê-los a ser entrevistados. Ao longo do estágio, verifiquei que um dos constrangimentos que se colocam aos jornalistas é encontrar pessoas que queiram ser entrevistadas, ou porque não se sentem à vontade com o assunto, ou porque não querem tirar fotografia (esta era já uma convicção que tinha antes do estágio, mas que foi confirmada pela minha experiência enquanto estive no JN).

‘Economia’: Feira de produtos biológicos

Este foi o maior desafio de escrever para uma outra secção: Economia. O que deveria perguntar, o que deveria ser destacado em termos económicos sobre a Feira de produtos biológicos. Essa foi a ajuda que tive antes de sair da secção da editora de Economia. Explicou-me que era importante colocar questões sobre o estado da Agricultura Biológica em Portugal (número de produtores, evolução relativamente ao ano passado, cultura predominante, importações e exportações, dificuldades do setor) e mais concretamente sobre os expositores presentes na feira (nome da empresa, anos de produção, produtos vendidos, locais de venda, dificuldades).

Assim, foi tudo muito mais fácil. Outra nova hesitação surgiu quando estava a escrever a notícia. Questionei-me se o que estaria a escrever se enquadrava nas páginas de Economia. Será que era necessário adaptar o discurso a um estilo mais económico? Era importante dar conta de números: quantidade de explorações, evolução e dificuldades que atravessa o setor.

2.8) Trabalho sobre iluminações de Natal, com Margarida Fonseca

Um dos trabalhos que exigiu mais esforço foi, sem dúvida, a notícia sobre os gastos das Câmaras com as iluminações de Natal. Recordo-me de passar vários dias a fazer contactos para as Câmaras de alguns municípios do Porto, como Porto,

Matosinhos, Gaia, Maia, Gondomar, Valongo, Vila do Conde, Póvoa do Varzim, Santo Tirso, Trofa, Santa Maria da Feira, Oliveira de Azeméis, São João da Madeira, Espinho, Arouca, Vale de Cambra e Ovar. Comecei os contactos no dia 9 de novembro e só consegui juntar todos os dados no dia 16 de Novembro.

O trabalho foi desenvolvido com a minha editora, Margarida, que ainda pediu a alguns colaboradores para fazer contactos a outros municípios fora do Porto. A ideia era dar uma imagem global do país, quanto aos gastos que as câmaras iam ter em 2011, fazendo uma comparação com os dados de 2010 e 2009, altura em que começou a haver um decréscimo.

Não foi complicado contactar todos os municípios, mas o problema foi chegar a quem me fornecesse estes dados. Em muitos dos municípios a questão foi tratada com os assessores, que se responsabilizaram em falar com a tesouraria para indicar os valores. Mas não foi assim em todas. Lembro-me de me passarem o telefone de pessoa em pessoa, indicando que não era a pessoa indicada para falar, passando-me para outro responsável que me dizia o mesmo. Outras vezes, o complicado era conseguir falar com os responsáveis, ou porque não estavam disponíveis ou não se encontravam na Câmara. Pediam para contactar mais tarde, mas, mesmo assim, não bastava um simples telefonema. Mas, tanto que insisti que consegui reunir todos os dados necessários. Toda a informação que recolhi enviei para a minha editora.

No desenrolar deste trabalho, percebi que o trabalho dos jornalistas nem sempre é fácil, exigindo contactar muitas fontes para chegar às informações que necessitamos. Apesar de as fontes serem partes interessadas, nem sempre estão acessíveis. Compreendi que quando o assunto era tratado com os assessores era mais facilitado, mostrando-se eles disponíveis para contactar os responsáveis para recolher as informações, comprometendo-se a contactar o JN. Mas outros casos revelaram-se complicados, devido a não me saberem encaminhar corretamente para as pessoas certas. De facto, penso que é com os assessores que estes assuntos das Câmaras devem ser tratados, pois eles devem saber, melhor do que ninguém, facultar-nos as informações que precisamos.

Entrevistas por telefone

Para perceber o impacto das reduções nas iluminações de Natal no comércio da cidade do Porto foi ainda necessário contactar o presidente da Associação de Comerciantes do Porto, Nuno Camilo. Essa tarefa também me foi atribuída. Desta vez,

muito mais fácil. Pedi a uma colega da redação, Hermana Cruz, para me fornecer o contacto de Nuno Camilo, que se mostrou muito prestável em colaborar com o JN. No entanto, pelo facto de ainda não se ter reunido com a Câmara do Porto antes do nosso telefonema, não revelou a sua opinião quanto ao investimento concreto da Câmara do Porto para o ano de 2011. Apenas deu a sua opinião quanto ao desinvestimento que tem sido feito por parte dos municípios com as iluminações de Natal nos últimos anos, dando também a sua versão do impacto destes cortes no comércio tradicional. Nuno Camilo deixou clara a sua preocupação com a redução de gastos com as iluminações de Natal, considerando necessário este investimento para estimular o comércio.

Um dos grandes ensinamentos que tive ao longo do estágio e que aqui também se revelou extremamente importante foi a construção de uma lista de contactos das fontes, isto porque quando temos na posse esses contactos diretos, conseguimos obter mais eficazmente as informações de que necessitamos das fontes. Era muito comum no jornal os colegas da secção trocarem contactos entre si, contactos esses que guardavam para utilizarem em situações futuras. Lembro de comentarem que a Carla Sofia Luz era uma das que mais tinha contactos, se ela não tivesse, mais ninguém tinha. Agora, cada vez mais, acredito no pensamento de que um jornalista vale pela lista de contactos que possui. Quantos mais e necessários forem esses contactos, melhor o jornalista conseguirá fazer o seu trabalho.

Inquéritos a cidadãos

O trabalho inclui ainda as tradicionais ‘carinhas’ de cidadãos de vários pontos do país. A mim, foi atribuída a função de fazer um pequeno inquérito a algumas pessoas do Porto. O objetivo era dar “voz aos munícipes”, para estes expressarem a sua opinião quanto aos cortes da Câmara do Porto com as festividades do Natal. Pelos inquiridos com que falei, fiquei com a ideia de que este desinvestimento era compreendido, face ao período de crise que se vivia, devendo-se só investir no essencial. Por outro lado, também predominava o pensamento de que era necessário procurar formas de contrariar este clima, sendo as iluminações de Natal uma solução para os portuenses e restante população se abstraírem e um reforço para o crescimento do comércio tradicional.

Para um trabalho como este, em que se davam os números das principais cidades portuguesas, fazia todo o sentido fazer um questionário aos cidadãos. Num jornal como o JN, que se preocupa com a relação com os seus leitores, é compreensível esta preocupação em dar-lhes voz e humanizar as notícias. Percebi que num assunto como

este, que envolvia tantos números, era necessário contactar, para além das fontes oficiais, os cidadãos das diversas cidadãs citadas. Era importante para quem lesse ter conhecimento do que as outras pessoas pensam. Em contexto de crise económica, este era um assunto que dizia respeito a todos. De facto, humanizar as notícias acaba por ser uma estratégia cada vez mais recorrente dos meios de comunicação, muito mais em assuntos que envolvem números, muitas vezes difíceis de explicar.

2.9) Acompanhar jornalistas em serviços

Logo no início do estágio, a Marta Neves convidou-me para a acompanhar em um serviço. Era uma conferência de imprensa no convento corpus Christi, em Vila Nova de Gaia, sobre o evento “24 horas Karting 2011”, promovido pela Gaianima. A possibilidade de acompanhar um colega de redação foi uma mais-valia para mim, pois consegui ver como era o seu comportamento na cobertura de um evento, para além da sua relação com as fontes de informação.

Primeiramente, um dos ensinamentos que desde logo tirei com este trabalho foi que quando saímos do local, temos que saber qual é a notícia, a novidade que vamos contar aos leitores. Esta foi logo a primeira pergunta que a Marta me colocou assim que terminou a conferência de imprensa. A novidade era que o evento iria estender-se em 2012 a mais quatro municípios para além de Gaia, Matosinhos e Espinho, nomeadamente Vila do Conde, Paredes, Famalicão e Vila Real. Para além de parar Gaia por dois dias, a atividade foi era ainda realizada com metade do orçamento do ano passado. João Vieira Pinto, como administrador da Gaianima, era a grande atração do evento, que participava, mais uma vez, na prova.

Outra questão importante aqui a reter quanto às conferências de imprensa é a necessidade de colocar perguntas no final. De facto, como a Marta me confidenciou, este não é um hábito que caracteriza muito os jornalistas, infelizmente. Esta constatação já havia discutido por diversas situações na universidade quando debati este tema. É algo extremamente importante, mas que tem vindo a não ser cumprido pelos profissionais de comunicação. Como fomos aprendendo ao longo da licenciatura, o jornalista não deve servir de pé de microfone das suas fontes, por isso há que saber colocar questões sobre aspetos que estes não abordaram, mas que são importantes para o leitor da notícia. Como ouvi de alguns professores da Universidade do Minho, entre os quais o professor Joaquim Fidalgo, o jornalista, em contexto de conferência de imprensa, deve sempre procurar dar uma informação que se possa distinguir dos

restantes colegas, podendo, assim, pegar a notícia por esse ângulo. No entanto, o importante a reter daqui é que o importante é colocar questões no final de uma conferência, seja no momento que é aberto a questões para a comunicação social, seja depois num momento em que se esteja sozinho com essa fonte. Recordo-me, no caso que aqui exponho, que a Marta foi das poucas jornalistas que no final da conferência colocou questões sobre aspetos importantes que não haviam sido tocados, como por exemplo o investimento do evento.

Em outro momento, pude acompanhar a Carla Sofia Luz à Ribeira do Porto, para uma reportagem sobre a proibição de carros neste local. Percebi que não era um trabalho muito complicado. Os moradores deste local estavam, de facto, a favor da proibição de carros neste local, mostrando-se muito prestáveis em falar para o JN. Isto acontece porque as fontes são interessadas. As fontes aceitam falar para o jornal, fornecendo as informações necessárias, porque a publicação das notícias lhes pode trazer benefícios (neste caso, o fecho ao trânsito). Há sempre interesses em jogo e, como já referimos anteriormente, as fontes vêm nos media uma forma de darem a conhecer os seus problemas, acreditando que assim serão resolvidos. Acreditavam que assim poderia ser de vez que se iria fechar o trânsito na Ribeira, já anunciado há um ano atrás, mas que ainda não havia sido concretizado. Os moradores e trabalhadores estavam a favor da medida, defendendo a aplicação dos mesmos critérios que em Gaia. Só quando estão em causa aspetos negativos que não se desejam ver divulgados é que os jornalistas enfrentam mais dificuldades em obter tais declarações das fontes.

Contudo, este não era um tema consensual, pois a restauração assim como os taxistas não concordavam com a medida, que levava a uma diminuição dos seus clientes. O facto de os táxis não poderem parar na Ribeira tinha como consequência uma menor afluência de turistas aos restaurantes, para além da perda de clientes para os taxistas por não puderem transitar nesse local. Isto foi a 8 de Setembro. No final do mês fiz um trabalho sobre este assunto, após a efetivação da medida a 22 de setembro, com as declarações do presidente da Associação de Bares da Zona Histórica do Porto, António Fonseca, de que a medida já estava a provocar quebras no negócio da restauração, havendo já a possibilidade de despedimentos. Isto demonstra ainda a necessidade do jornalista conhecer os assuntos que vão sendo abordados pelo jornal, para que quando nos seja atribuído esse trabalho tenhamos um *background* do que já foi feito.

No início do estágio senti algumas dificuldades, pois percebi que havia uma necessidade de eu ter este *background*, para que compreendesse melhor cada acontecimento que se ia noticiando. De facto, há esta necessidade de seguir com regularidade o que vai sendo publicado nos jornais, não só no jornal em que trabalhamos, mas também nos concorrentes. Há uma grande necessidade em dominar a atualidade, para que depois não sintamos dificuldade em abordar uma matéria que já foi desenvolvida anteriormente, conhecendo o seu contexto. Atualmente, é consensual a opinião de que há um desinteresse crescente pelas pessoas na leitura de jornais (aliás este foi uma tema debatido nas últimas jornadas de Ciências da Comunicação, na Universidade do Minho). A meu ver esta prática deve ser cada vez mais incentivada durante a formação dos jornalistas, para que quando entrarem no mercado de trabalho não sintam este desfasamento.

Outro dos trabalhos em que fui acompanhar uma jornalista (a Margarida) foi a reportagem sobre o meio envolvente da estação de São Bento. Este era um assunto que já havido sido tratado no jornal, mas que não tinha atingido os objetivos delineados pela direção do jornal quando foi proposto. Essa missão foi atribuída à Margarida. A estação estava envolta de um ambiente degradante, mais concretamente à noite, que contrastam com a beleza dos seus painéis de azulejo no átrio, que motivaram a sua classificação pela revista norte-americana *Travel + Leisure*, como uma das “16 estações mais bonitas do mundo”.

Assim sendo, a ideia desta reportagem era mostrar o que rodeava este cenário de beleza reconhecido a nível internacional. E mais do que ninguém do que os taxistas, que aí têm a sua postura, para dar conta do que se vive neste local: vandalismo, prostituição. Um dos proprietários de um dos quiosques da estação, que já lá trabalha a alguns anos, deu ainda o seu testemunho do terror por que passam muitos dos utentes que por lá passam todos os dias, sujeitos a uma onda de assaltos. Este era um trabalho que envolvia situações um pouco complicadas, exigindo um certo cuidado no modo de abordar os assuntos. Foi, sem dúvida, uma boa experiência: perceber o modo como se deve abordar e tratar as fontes, começando por estabelecer uma relação de confiança, para que depois elas estejam à vontade para nos explicar o que ali se vive, ou seja, nos contem aquilo que precisamos de saber.

2.10) Receber leitores na sala de reuniões

Os leitores estabelecem uma relação de proximidade com o JN, que pude comprovar ao longo do meu estágio. Foram muitos aqueles que se dirigiram à sede do jornal para expor diversas situações. Os leitores eram recebidos numa sala de reuniões e foram muitos aqueles que ouvi.

A primeira situação ocorreu logo no meu segundo dia de estágio. Jorge Ribeiro apresentou-se nas instalações do JN para contar o seu caso: o tribunal tinha decidido tirar-lhe a guarda do seu filho e queria focar, não a decisão do tribunal, mas o modo como lhe tinha sido retirada a criança. Alegava que o filho não estava em boas condições de saúde quando estava junto do pai e lhe foi negada a assistência médica, tirando-lhe os filhos dos braços. A mãe esteve sempre ausente e só agora tinha vindo buscar o seu filho, não permitindo que este o contactasse. Estava a estudar a Convenção Universal dos Direitos da Criança e pretendia, através do jornal, dar conta dos “modos desumanos” de como o seu filho lhe foi retirado, ou seja, a violência com que trataram uma criança de 9 anos. Queria que este assunto fosse abordado e tratado pelo JN, que fosse discutida a humanidade e depositava essa sua esperança no jornal. Contudo, Jorge Ribeiro havia já feito reportagem e dado a notícia em primeira-mão dias antes ao Correio da Manhã e o jornal optou por não seguir com este caso.

Outro caso foi o de Rosalina Silva, mãe de uma aluna do ISMAE que não conseguiu fazer a sua matrícula na instituição de ensino superior. Isto porque a filha não completou cinco disciplinas do 1º ano, devido a problemas de saúde renais (tinha atestado de incapacidade do Hospital São João). Contudo, fizeram-lhe matrícula no ano seguinte, com essas cinco disciplinas e as restantes do 2º ano. Este ano, o Ismae não deixou a aluna fazer a matrícula, porque dizem faltar créditos do 1º ano. Em resposta, a aluna disse ter feito os exames, mas os professores ainda não lançaram as notas, por o Ismae considerar que está em situação irregular. A mãe já andou 20 meses em reuniões com esta entidade. Para além deste caso particular, Rosalina ainda apresentou o caso dos mestrados: o Ismae não aderiu ao Processo de Bolonha em 2009 quando devia ter sido efetuada esta mudança, tendo depois chamado alunos para algumas aulas em pós-laboral para ficarem com o grau de mestre. A leitora apontou mesmo que muitos não presenciaram as aulas, mas que lhes foi atribuído.

Este caso foi ainda analisado por um colega da redação, que também não seguiu em frente com a notícia por se tratar de uma situação complicada, que envolvia aspetos muito particulares. Não quer isto dizer que o jornalismo só aborde casos simples, quer

dizer sim que o que é trazido para a esfera pública consiste apenas naquilo que é considerado ser do interesse geral dos leitores. Situações que se refiram à vida privada das pessoas não devem ser discutidas nos jornais. Por sua vez, o jornalismo deve cumprir a sua função de informar os cidadãos.

JN visto pelos leitores como a ajuda para os seus problemas

Foram muito os leitores que viram no JN a solução para os seus problemas, depositando no jornal toda a esperança. Emília Pinto chegou à redação revoltada com a Câmara do Porto, pretendendo que o jornal desse a conhecer o que lhe estava a acontecer. A leitora tinha sido chamada, essa manhã, à Câmara do Porto, pensando que era para lhe oferecer um T3 no rés-do-chão, que havia pedido por ter problemas de saúde.

Contudo, não tinha sido por isso que lhe chamaram. Na Câmara, disseram-lhe que receberam uma carta anónima a dizer que lavava as escadas do prédio com lixívia. Disse estar a ser vítima de perseguição, negando o conteúdo da carta. Apenas, queria que o jornal expusesse a sua situação pelo facto da Câmara acreditar em cartas anónimas.

Mas o caso mais complicado que atendi no JN foi o de Teresa Moura. A leitora confessou que tinha sido uma colega que lhe sugeriu contactar o JN para expor o seu caso, pois este lhe poderia ajudar. Aqui, percebi desde logo a relação de proximidade e confiança que os leitores estabelecem com o jornal, levando-os a dirigir-se à redação para procurar ajuda e solução para problemas, considerando os seus casos dignos de terem espaço nas páginas do JN. Teresa morava numa casa alugada, sem condições habitacionais: chovia na cozinha, apareciam centopeias e ratos na casa de banho e a humidade estragava a mobília e era causadora de gripes nos filhos. O senhorio não queria saber das casas, e, por isso, decidiu inscrever-se na Câmara para uma habitação social, desde 2006. Recebeu uma carta da Domus Social a dizer que não tinha direito, dizendo não perceber os motivos face às suas condições. Vivia do rendimento mínimo, com quatro filhos. Era divorciada há cinco anos. Percebi que o caso tinha história para avançar (entretanto o estágio terminou e não fiquei com o caso).

Esta é, de facto, uma questão importante a ter em conta: a proximidade do JN com os leitores. O jornal vive muito desta relação, aliás o interesse dos leitores é uma das suas grandes preocupações. A aposta num jornalismo de proximidade pode ser vista como uma das principais linhas de orientação do JN, que se afirma como um jornal

popular de qualidade. Quer isto dizer que aspetos que dizem respeito ao quotidiano das populações encontram espaço nas páginas da publicação, porque, como referem vários autores entre os quais Carlos Camponez, é do interesse dos leitores saber o que se passa próximo de si.

2.11) Balanço dos três meses

É verdade que três meses são muito poucos para aprender tudo aquilo que podemos encontrar daqui para a frente quando entrar no mercado de trabalho. E como me referiu a minha orientadora, é na altura em que já estamos a escrever bem e a entrar na lógica do jornal que termina o estágio. Mas penso que todo o tempo que estive no JN foi suficiente para enriquecer o meu conhecimento e capacidade de escrita jornalística. Posso considerar que os meus dias, uns mais do que outros, foram bastante produtivos, quer em termos profissionais, quer em termos pessoais.

Nos primeiros dias tudo é novidade, invade-nos o receio de errar ou não realizar o trabalho que nos é proposto da melhor forma. Mas a intenção de mostrar aquilo que valem e melhor fazemos acaba por ser mais forte. A responsabilidade que nos é imposta é também um estímulo para que lutemos para fazer a diferença. E aprendi que, para isso, temos que combater contra muitos fatores, como o limite do tempo. Foi basicamente mais para o final do meu estágio que comecei a sentir a pressão, isto porque houve uma alteração no jornal (as páginas tinham que estar fechadas até 19 horas, com exceção da página de abertura de secção), para além dos serviços mais exigentes que me foram atribuídos. Nessa altura, já não tinha só serviços de manhã (que me dava mais tempo da parte da tarde), como também tinha que redigir notícias mais completas e algumas reportagens. Mas penso que foi um desafio enorme escrever várias notícias sob pressão, pois só assim consegui sentir que estava preparada para enfrentar o mercado.

Um dos aspetos mais positivos do estágio foi, sem dúvida, a oportunidade que me deram em fazer serviços quase todos os dias, os quais me permitiram conhecer novos sítios, lidar com as fontes de informação e estabelecer novos contactos. No fundo, gozar de experiências muito gratificantes. Recordo os eventos com alguns membros da política, como os presidentes das Câmaras de Gaia (Filipe Meneses) e Matosinhos (Guilherme Pinto) e seus respetivos assessores, e também, muito importante, contactar com pessoas com estilos de vida muito diferentes. A relação com todos os elementos da secção 'Porto' e outros colegas da redação, para além dos fotógrafos é algo que também

guardo na memória, por todos os ensinamentos que me deram, sem pedirem nada em troca. A estranheza com que um estagiário chega à redação, com a sensação de estar a invadir um espaço que não é dele, acaba por se desvanecer com este ‘bom receber’ de todos que fazem parte da equipa do JN.

No entanto, ficaram por fazer várias coisas, coisas essas que penso que seriam uma mais-valia para mim. Apesar de ter ligado várias vezes para algumas entidades para perguntar se havia algumas novidades (incêndios, acidentes), nunca fiz a volta telefónica. Teria sido muito gratificante tê-lo feito durante alguns dias, pois senti, por várias vezes que ligava para esses mesmos contactos, que não me sentia muito à vontade, com receio de me esquecer de alguma questão que fosse pertinente. Havia perguntas chave que deveriam ser feitas em caso de incêndios, como por exemplo se havia feridos, o que ficou destruído, quais as causas do fogo, que cuidados tiveram que ser tomados – evacuações, quantos elementos de bombeiros estiveram presentes, entre outras. E penso que tal se tornaria mais natural se eu o tivesse feito diariamente.

Outra das coisas que a Dora Mota me falou foi que seria muito produtivo para mim se acompanhasse os jornalistas nos seus serviços, para ficar a conhecer as suas formas de atuar no terreno. Aqui, apesar de o ter feito algumas vezes, penso que teria ganho em fazê-lo mais vezes. As reuniões de Câmara do Porto foram uma sugestão da Dora, que infelizmente não consegui concretizar. Esta experiência era bastante enriquecedora, pelos modos como se efetuava e informações que tornavam, naturalmente, notícia. As reuniões de Câmara são, sem dúvida, acontecimentos que deveriam ser presenciados por estagiários, em virtude do seu *background* inerente.

3 – As implicações da mudança de Direção – Objeto para discussão

Iniciei o estágio no final do mês de Agosto, pouco tempo após a mudança de direção do JN, que se processou meses antes, mais concretamente a 2 de Junho. Percebi que o jornal ainda estava a efetuar algumas reformulações decorrentes desta alteração, nomeadamente a reformulação da redação com vista à redução das chefias, como explicou Joaquim Oliveira, presidente do grupo Controlinveste, na tomada de posse da nova direção. Tal também se refletiu na secção onde estagiei – ‘Porto’ – com a reformulação de algumas tarefas dos editores e editor-adjunto. Outras mudanças não se tinham efetivado, mas resumiam-se à alteração gráfica do jornal e seu conteúdo. A

construção de uma nova redação (no mesmo piso) fazia parte das novas medidas da direção (não tive oportunidade de conhecer a nova organização da redação, pois o meu estágio terminou entretanto).

Como foi referido anteriormente, a maior ligação ao Norte do país e a adequação do produto jornalístico aos interesses da região foram outras das vertentes firmadas pela nova direção, daí ser pertinente refletir sobre este aspeto, focando a atenção sobre a forma como a mudança de direção pode influenciar as escolhas do jornal, nomeadamente a opção por um jornalismo local. Está aqui em causa o valor-notícia da proximidade, um dos focos de análise da investigação. Tendo em conta os três meses de estágio, pude comprovar a lógica do jornal de fazer cobertura dos assuntos mais próximos da redação. De facto, os locais em que mais serviços efetuei foram Porto, Matosinhos e Gaia – os municípios vizinhos.

O objetivo do trabalho deste relatório é, então, compreender a importância deste valor-notícia para a definição de agenda do JN, procurando perceber até que ponto esta forma de atuação é, de certo modo, resultado da nova estratégia de aproximação à região definida pela nova direção (opção que já vem acompanhado o JN ao longo da sua história, mas agora de um modo mais vincado). Para isso, far-se-á uma análise das notícias publicadas antes e após a mudança de direção para perceber se é visível alguma diferença no produto jornalístico.

Capítulo II – Jornalismo de proximidade: uma escolha das chefias

Este capítulo pretende incidir sobre a construção das notícias como um processo determinado pela política editorial adotada por cada meio de comunicação. O interesse por esta temática resulta da experiência de estágio na secção ‘Porto’ do JN e das declarações do novo diretor do jornal que anunciou as recentes mudanças quanto à opção por um jornalismo de proximidade à região Norte do país. Por isso, definimos como nossa questão de partida a interrogação: “Até que ponto a política editorial tem implicações no tratamento noticioso das notícias?”, o que no nosso caso de estudo significa dizer “Até que ponto a mudança de Direção determina a forma como os assuntos do ‘Porto’ são retratados no Jornal de Notícias?”.

Assim, serão abordados três tópicos principais: ‘O processo de produção de notícias’; ‘As rotinas de produção jornalística’ e ‘A opção por um jornalismo local’. Quanto ao primeiro ponto, iremos abordar os constrangimentos a que estão sujeitos os jornalistas no decorrer da sua atividade profissional, para depois embocar na ação da política editorial sobre o projeto jornalístico. Partindo da ideia do jornalismo como uma atividade influenciada por forças organizacionais e extra-organizacionais, analisaremos no segundo tópico as rotinas de produção, de modo a que nos seja mais fácil aferir se há, de facto, intromissão da linha editorial no tratamento noticioso. Terminaremos com um tópico dedicado às escolhas das chefias quanto ao produto jornalístico, incidindo sobre a opção por um jornalismo local e de proximidade – uma das linhas de orientação do JN afirmadas pela nova direção na tomada de posse. Todos os aspetos característicos deste tipo de imprensa serão refletidos a partir das experiências do estágio.

1 - O processo de produção de notícias

“Os jornalistas reconstróem a realidade para a audiência, tendo em conta constrangimentos organizacionais, juízos profissionais e certas expectativas sobre o comportamento da audiência. A notícia é um empreendimento negociável entre fonte e jornalista, mas a mesma disputa se descreve no interior da redacção, entre o jornalista e a sua chefia. A página de destino, o espaço ocupado, a forma como o tema aparece tratado e a escolha de aspectos a destacar assumem especial relevo”.

(Santos, 1997: 176)

1.1) A construção social da realidade

Para compreender o processo de construção da realidade social levado a cabo pelos meios de comunicação, faz todo o sentido começar pela abordagem da sociologia do conhecimento, que entende que o nosso conhecimento do mundo é resultado de construções efetuadas por cada indivíduo ao nível do seu pensamento. Schutz, um dos grandes percursores desta linha de pensamento, refere que os factos puros não existem:

“Desde o primeiro momento, cada facto é um facto retirado de um contexto universal pela actividade da nossa mente. Portanto, trata-se de factos interpretados, considerados separados do seu contexto por meio de uma abstracção artificial ou incorporados nele. Em um ou outro caso, levam consigo o seu horizonte interpretativo interno e externo”

(Schutz, 1962: 36-37).

Isto não significa que não somos capazes de captar a realidade, significa sim que apenas conseguimos perceber certos aspetos, nomeadamente aqueles que nos interessam.

Assim sendo, a atribuição de sentido daquilo que nos rodeia resulta da atividade seletiva e interpretativa que cada um faz da realidade. Como refere o autor, o mundo social ganha um sentido particular e uma estrutura de significados específica, decorrente das experiências passadas previamente vividas pelos indivíduos. O ‘capital cultural’ de que Bordieu (1997, cit. por Schutz, 1962: 39) nos fala e que serve como base para a atribuição de sentido às nossas experiências. Como refere o autor, “essas experiências funcionam como um esquema de referência em forma de «conhecimento à mão»” (Schutz, 1962: 39). Não há uma interpretação a partir do zero, daí que Schutz fale em situações biograficamente determinadas e num mundo cultural intersubjetivo. Mas só uma parte do conhecimento é resultado da experiência pessoal, na maior parte é de origem social, transmitida por amigos, pais e familiares. Assim, a interpretação do mundo decorre das nossas experiências anteriores e do que os outros nos dizem. O mundo é intersubjetivo.

Berger & Luckman partilham o mesmo entendimento, considerando que os indivíduos apreendem subjetivamente os acontecimentos que ocorrem na sociedade, porque se processa aqui uma interpretação:

“O ponto inicial deste processo é a interiorização, a saber a apreensão ou interpretação imediata de um acontecimento objectivo como dotado de sentido, isto é, como manifestação de processos subjectivos de outrem, que desta maneira torna-se subjectivamente significativo para mim”

(Berger & Luckman, 1994: 174).

Logo, a realidade torna-se dotada de sentido, configurando-se pela interação entre os indivíduos, ou seja, pelo processo de socialização. Como defendem os autores, a

realidade é interiorizada por um processo social e, logo, “mantida na consciência por processos sociais” (Berger & Luckman, 1994: 198). De acordo com a sociologia do conhecimento, a realidade humana é entendida como uma realidade socialmente construída, resultante da interação entre os indivíduos, mas também da ação dos meios de comunicação social através da disseminação de representações simbólicas que determinam o nosso conhecimento.

Também para Alsina (1996: 29), a realidade é resultado de ações sociais intersubjetivas. O autor cita Grossi (1985), que considera que “a realidade não pode ser completamente distinta do modo como os actores a interpretam, a interiorizam, a reelaboram e a definem histórica e culturalmente”. Como explica o autor, o processo de construção social da realidade comporta três tipos de realidade: a realidade social objetiva, que corresponde ao mundo objetivo que existe fora do indivíduo; a realidade social simbólica, que corresponde às expressões simbólicas da realidade (entrem aqui os media) e a realidade social subjetiva, que pode ser vista como as construções individuais da realidade. O mundo objetivo e a realidade simbólica fundem-se, assim, na realidade subjetiva. Assim, a construção social da realidade surge como um processo de institucionalização das práticas e regras, que é socialmente determinado e intersubjetivamente construído.

Consequentemente, “podemos estabelecer que os jornalistas têm um papel socialmente legitimado e institucionalizado para construir a realidade social como uma realidade pública e socialmente relevante” (Alsina, 1962: 30). Confere-se aos jornalistas a capacidade de reconhecer os acontecimentos e temas importantes e a consequente atribuição de sentido, entendendo que cabe aos media a transmissão dos factos importantes da realidade que deve ser do conhecimento do público. Há que ter em conta a interação com a audiência, porque “a construção da realidade pelos meios de comunicação é um processo de produção, circulação e reconhecimento” (Alsina, 1962: 31).

A construção da realidade pressupõe um vínculo entre quem produz e quem consome. Esta construção opera-se devido a outras construções da realidade ao nível da experiência social, acabando por haver uma generalização coletiva de segmentos da realidade fragmentada (Alsina, 1962: 163). Alsina vê então o jornalista como um produtor e a notícia como um produto deste processo de construção social da realidade.

“Por minha parte, relaciona-se o acontecimento-notícia com a realidade social a partir da noção de construção da realidade, como produção de sentido através da prática produtiva e das rotinas organizativas da profissão de jornalista”

(Alsina, 1962: 27).

Entender o jornalista como um produtor significa reconhecer-lhe capacidades de “recategorizar sociocognitivamente os acontecimentos em notícias” (Alsina, 1962: 164). O que se processa é que há uma descontextualização dos acontecimentos, para depois voltar a recontextualizá-los segundo formatos informativos.

Letria (1998: 13) refere que, cada vez menos, os meios de comunicação nos mostram o que acontece na realidade, pois o que eles nos dão a conhecer é uma ‘realidade construída’. O autor fala numa verdade mediática, ou seja, aquilo que é apresentado e consumido como real pelo público e dá como exemplo máximo a famosa frase do magnata William Hearst: «Enviem-me as fotos que a guerra arranjo eu!». Neste seguimento é entendível a ideia de Letria de que os media não informam, mas sim constroem um discurso para o público. De acordo com o pensamento de alguns estudiosos, “as notícias são um produto dum actividade de construção da realidade e não simplesmente a sua descrição” (Letria, 1998: 28).

Letria fala num contrato mediático entre leitores e jornalistas: “um pacto mútuo de produção de um discurso minimamente verosímil e de recepção de mensagens cuja verificação e comprovação ficam geralmente por fazer”. O autor apresenta uma visão negativa dos meios de comunicação: “Aquilo a que chamamos informação é uma ampla nebulosa de imprecisões, inferências e negociações que chegam quotidianamente ao leitor, mantendo-o na ilusão de estar a consumir e a viver a actualidade” (Letria, 1998: 60), considerando que o que há é uma construção de uma realidade que se pretende que não entre em conflito com a «consciência tranquila» dos cidadãos.

Notícias como um produto - uma construção

Se até aos anos setenta vigorara o entendimento de que as notícias eram um espelho da realidade, a partir daí surge um novo entendimento do processo de produção. Como sustenta Gay Tuchman (2002: 82), ganha espaço a noção de construção, em que as notícias são entendidas como um produto do trabalho jornalístico: “notícia é um produto – produzido, vendido e consumido diariamente”. Mas esta noção teve várias inflexões, das quais se podem destacar a perspectiva da Economia Política que define as notícias como uma reprodução das ideologias dominantes, os Estudos Culturais que

analisam o modo como os media produzem aspetos particulares da sociedade e a Visão Organizacional que considera que as notícias são resultado das rotinas organizacionais. Destaca-se aqui a influência dos contextos sociais na produção das notícias, quer interiores quer exteriores às organizações mediáticas. Tuchman (2000: 88) cita Marshall Sahlins, que entende que as notícias não reproduzem somente o que acontece na realidade, “trata-se de uma relação entre um acontecimento e um dado sistema simbólico”.

Santos (1997) fala em discursos opostos no interior da redação: o editor negocia o espaço e a complexidade dos textos, enquanto o jornalista incorpora nos textos a cultura da organização. Atendendo à sua situação de assalariado, articula os objetivos da organização com o tempo para produzir, os enquadramentos, as rotinas de seleção e as representações culturais. Assim, a notícia corresponde a sequências seleccionadas da vida quotidiana, em que há uma reconstrução do que é visualizado pelo jornalista.

“Devido a constrangimentos organizativos, de tempo, de espaço e de cultura, a notícia é normalmente reduzida a um ponto de vista sobre a ocorrência. O repórter analisa e interpreta o acontecimento de acordo com uma grelha institucional, profissional e social, que é sua e a partilha com outros. A notícia é, pois, uma visão do acontecimento partilhada e enquadrada socialmente. Não é a representação da realidade, mas uma representação sua, em que o jornalista não pode deixar de se assumir como actor social e cultural”

(Santos, 1997: 48-49).

A notícia é resultado de constrangimentos, escolhas e tensões no interior da redação, contextualizando e descontextualizando a realidade, pelo que se pode dizer que há uma “construção social da realidade” (Tuchman: 1978, cit. por Santos, 1997: 189).

Também para Schudson (1996: 141), os jornalistas compõem as histórias a que chamamos notícias, ou seja, elas são construídas como uma narrativa. A forma de produção de notícias foi estudada nos anos 50, a partir da teoria do *gatekeeper*, que defendia que as notícias eram resultado das escolhas subjetivas dos jornalistas. Mas, para o autor, o termo ‘*gatekeeper*’ não descreve o que realmente acontece, ao evidenciar-se muito reducionista. “As notícias não são simplesmente seleccionadas, mas construídas. A metáfora do *gatekeeper* falha a descrever isto” (Schudson, 1996: 142), evidenciando-se a perspetiva do *newsmaking* como mais completa para compreender o processo de produção de notícias, através das três perspetivas: Economia política, Visão organizacional e Visão cultural.

Também Sousa (2000: 40), segue o pensamento de Schudson, que defende que para saber porque as notícias são como são é necessário ter em conta a ação pessoal, a ação social e a ação cultural: as notícias são entendidas como um produto das pessoas, das organizações e seus constrangimentos e da cultura. (Schudson, 1988: 20 cit. por Sousa, 2000: 40). Quer isto dizer que o produto jornalístico depende do que dizem as fontes e de como jornalistas transformam a matéria-prima em notícias, mas também é resultado da dinâmica organizacional e do meio social mais amplo às empresas. A questão cultural também tem aqui um papel, porque a notícia é entendida como um artefacto que usa padrões culturais para produzir sentido (Sousa, 2000: 41). Para Sousa, as notícias apresentam marcas da ação pessoal de quem as escreveu, tendo contudo influência de outras forças. A negociação entre jornalistas e fontes pode ser considerada ao nível da ação social, assim como os valores partilhados pelos jornalistas, rotinas e dimensão e recursos de cada órgão.

Para além das limitações de natureza organizacional, também se fala numa ação extra-organizacional decorrente do facto de o processo de produção ser afetado pelo sistema social global em que se insere a empresa, que procura obter lucro (daí a influência também do interesse da audiência). Sousa acrescenta ainda a ação da ideologia no processo de produção de notícias (com os media a disseminarem representações ideológicas), bem como do meio físico e tecnológico. Consequentemente, o autor defende que a comunicação jornalística entre como agente no processo de construção social da realidade: os processos comunicativos que se desenvolvem a um nível microssocial e macrossocial são modelados pela história, contexto e interação pessoal. A realidade social é construída por processos de institucionalização e objetivação intersubjetiva (Sousa, 2000: 203). Está aqui presente a ideia da construção intersubjetiva de universos simbólicos, tão bem defendida por Sousa.

Notícias implicam dois processos: seleção e hierarquização

Como podemos constatar, o processo de produção de notícias implica vários procedimentos até à publicação dos acontecimentos. Alsina recupera o pensamento de Rossiti (1981: 113), que vê o trabalho periodístico como um processo que se realiza por fases, implicando dois processos: a seleção e a hierarquização. “Trata-se de seleccionar a informação e determinar a importância de cada uma das informações, estabelecendo uma hierarquização das mesmas” (Alsina, 1996: 130). O autor expõe a perspetiva de

Golding e Elliot (1979: 92-114), que falam em quatro fases: planificação, recompilação, seleção e produção. Apresenta também a visão de Rossiti (1981), que entende que este processo ocorre em três níveis: primeiro a seleção dos acontecimentos que têm direito de acesso ao espaço público, depois a atribuição de maior ou menor importância – hierarquização, e, por fim, a tematização.

De igual modo, Fontcuberta (1999) realça a necessidade de os jornalistas procederem a determinadas ações para noticiarem os factos merecedores de serem do conhecimento público. Como refere a autora, “o grande volume de notícias obriga o jornalismo a três opções permanentes: incluir, excluir e hierarquizar a informação. Através delas confecciona os seus conteúdos, que correspondem não só aos interesses do público como aos de cada meio e aos diversos sectores da sociedade” (Fontcuberta, 1999: 33). Isto acontece porque nenhum meio de comunicação consegue incluir toda a informação que recebe.

“Por isso, há que seleccionar e esta selecção faz-se combinando factores de vária ordem, mas que correspondem a três tipos de exigências: a) a procura de informação pelo público; b) o interesse do meio em dar a conhecer ao seu público determinados factos; e c) o objectivo de sectores da sociedade de, através dos meios, informar o público sobre determinados factos que servem os seus interesses”.

(Fontcuberta, 1999: 34).

Portanto, o produto jornalístico reflete aquilo que é valorizado pelo órgão de comunicação, dando conta também da ordem de importância que é concedida a cada acontecimento, o que faz com que o público atribua a mesma importância aos temas, mas não pense da mesma forma. Assim, ao seleccionar determinados assuntos, os media rejeitam uns e valorizam outros. É nas notícias de primeira página que são publicados os considerados mais importantes para o media, de forma a atraírem o público. Como refere Fontcuberta, os media têm cuidado com o aspeto formal e visual do seu produto informativo. “O formato de um meio reflecte o valor que atribui à sua informação e os receptores interpretam o meio em função das regras que ele próprio lhes ensina” (Fontcuberta, 1999: 52).

Há, assim, consciência de que quando uma informação é considerada importante pelo meio é merecedora de maior destaque, através de vários aspetos como a extensão dos títulos, o tipo de letra, o recurso a fotografias ou ilustrações e o número de colunas. Como refere a autora, podemos avaliar a importância de um título através do número de linhas, número de colunas, o corpo, o tipo de carácter e a colocação. Por exemplo, num jornal, a primeira página é a mais importante, logo seguida das páginas ímpares; assim

como as notícias colocadas na parte superior de cada página. Todos estes aspetos resultam de escolhas dos meios de comunicação de acordo com a importância que atribuem a cada acontecimento.

Também Wolf (2009) considera que o material que chega à redação é submetido a vários processos de seleção, que ocorrem ao longo de todo o processo, desde a escolha dos acontecimentos a noticiar até à ordem que ocupam no produto final.

“A lista inicial das notícias é longa, mas muitas das histórias propostas revelam-se depois inadequadas [...] Quando todas as propostas de notícias foram apresentadas, são escolhidas criteriosamente para se chegar a um primeiro esquema [...]; esquema que é ainda longo mas, a partir desse momento, os seleccionadores têm já feita a escolha de prioridades e sabem, portanto, quais as notícias que irão, provavelmente, utilizar [...]. Directores e chefes de redacção têm de fazer mais uma escolha, isto é, têm de individualizar a notícia de abertura [...].”

(Gans, 1979: 109-112, cit. por Wolf, 2009: 242).

O autor propõe que o processo de seleção seja assemelhado a um funil, em que apenas um conjunto de acontecimentos é filtrado.

White (1997) utilizou o conceito de *gatekeeper*, avançado por Kurt Lewin (1947: 145) no estudo dos hábitos alimentares, para estudar o fluxo de notícias nos canais de comunicação. Segundo a teoria do *gatekeeping*, ao longo do processo, existem determinadas zonas que funcionam como portões, em que se tomam decisões quanto à passagem dessas notícias. Como explica o autor, os jornalistas “tomam a decisão entre incluir ou excluir” (White, 1997: 63), dada a impossibilidade de noticiarem todos os acontecimentos. White concluiu que o processo de seleção é subjetivo e arbitrário, baseado na experiência e expectativa de cada *gatekeeper*.

Mas para Wolf, este procedimento não pode ser visto como resultado da subjetividade do jornalista, deve antes ser entendido como um processo complexo. Como constata o autor, “pesquisas posteriores realçaram igualmente o facto de, na selecção e filtragem das notícias, as normas ocupacionais, profissionais e organizativas parecem ser mais fortes do que as preferências pessoais” (Wolf, 2009: 181). Waren Breed (1955 cit. por Wolf, 2009: 182) destacou-se nesta linha de estudos, defendendo que o contexto profissional-organizativo-burocrático exerce influência sobre as escolhas dos profissionais, ou seja, a linha editorial e a política das redações são impostas no processo de seleção.

Correia (2000) defende também esta passagem da teoria do *gatekeeping* para a abordagem do *newsmaking*, que defende que a produção de notícias deve ser entendida como o resultado dos constrangimentos organizacionais da profissão, “os quais impõem

determinados critérios e condutas que dão o perfil a essa cobertura e têm uma influência decisiva na ideologia profissional” (Correia, 2000: 133). Há, assim, uma ligação às práticas profissionais, rotinas e valores partilhados e interiorizados pelos jornalistas. Segundo Correia, com base na organização do trabalho e dos processos produtivos são definidas as normas profissionais que determinam o que é notícia, a utilização das fontes e a seleção dos acontecimentos a noticiar.

Assim, de acordo com Nelson Traquina (2007: 84), as notícias resultam de processos de interação dentro da empresa jornalística, que determinam a transformação da matéria-prima (acontecimento) em produto (notícia). O autor evoca o pensamento de Hall, Chritchler, Jefferson, Clarke e Roberts (1973), que consideram que os media não abordam os assuntos de forma transparente. As notícias resultam de um processo complexo de seleção de acontecimentos de acordo com categorias socialmente construídas.

“Dado que a organização e o pessoal de um jornal o direccionam para certas categorias de itens, existe ainda o problema de seleccionar entre os muitos itens que se apresentam em cada uma das categorias, aqueles que se sente virem a ser do interesse do leitor. É aqui que a ideologia profissional do que constitui «boas notícias» - o sentido de valor-notícia do jornalista – começa a estruturar o processo”.

(Traquina, 1993: 224-225).

Santos (2003: 14) partilha este entendimento, considerando que “as notícias que lemos ou vemos são o produto de processos organizacionais e da interacção humana”, em que se jogam vários métodos de recolha de factos, fontes de informação, recursos e políticas das organizações, pondo em causa a teoria do espelho. Para o autor, a perspectiva de ação pessoal de White é limitada ao privilegiar o trabalho individual do jornalista na seleção das notícias, ao ignorar as dimensões de produção da notícia. Segue, assim, a linha de Breed, que sublinha o peso dos constrangimentos organizacionais e entende a notícia como resultado “do processo de interacção social existente na empresa jornalística” (Santos, 2003: 16). Na opinião do autor, a estrutura organizativa determina a construção da notícia, chamando atenção para a relação entre editor e jornalista.

Objetividade – uma meta a atingir?

É a partir da ideia de que as notícias são uma construção da realidade que os jornalistas encararam a objetividade como uma meta a atingir, apesar de terem

consciência que esta é inatingível pelos condicionalismos da profissão. Como defende Mário Mesquita (2004: 212), “a objectividade – inatingível, por definição – deve constituir-se em critério de avaliação da prática jornalística”, isto porque os factos exigem uma apreensão por parte dos jornalistas, mas isso não os pode afastar da ‘conduta da objectividade’. O autor chama a atenção para a Declaração de Princípios da Unesco, que refere que essa conduta pressupõe contextualização e explicação dos acontecimentos. Esta visão não impede o jornalista de procurar explicações para os factos, de modo a não só dizer os factos com verdade, mas também “dizer a verdade sobre os factos”(Mesquita, 2004: 213).

O autor cita Cornu (1994), que considera que a objectividade é atitude que liga a realidade à verdade e consiste em “ver as coisas como elas são”. A objectividade pode ser inatingível, mas é sempre uma meta que se pretende alcançar. O jornalista mantém este compromisso com a realidade e com o público.

“Regulador da vida quotidiana, o jornalismo só tem razão de ser quando se baseia, numa «intenção» e numa «conduta de objectividade», o que não significa ressuscitar uma dogmática positivista, nem rejeitar a intervenção subjectiva do jornalista através da formulação de juízos de valor que se manifestam, desde logo, na selecção dos acontecimentos destinados a constituir notícia”

(Mesquita, 2004: 214).

A objectividade é encarada como ideal, quando a subjectividade do jornalista passa a ser encarada como inevitável. O autor recorre ao pensamento da escritora Marguerite Duras (1994) que considera que não há jornalismo sem moral, uma vez que o jornalista não consegue fazer o seu trabalho sem julgar o que vê. E cita: “« (...) É impossível. Por outras palavras, a informação objectiva é um logro total. Uma impostura. Não há, de facto, jornalismo objectivo” (Mesquita, 2008: 209).

Como refere Sousa (2005: 35), no campo jornalístico, a objectividade quer dizer que “as notícias podem ser um espelho da realidade, desde que sejam usados procedimentos de objectivação do discurso”. No entanto, na sua opinião, os jornalistas tardaram a perceber que esta era impossível de atingir. Só nos anos setenta, é que a ideia de objectividade passa a ser entendida como meta, mas uma meta inalcançável. “Para grande parte dos jornalistas, objectividade é essencialmente descrever factos verificáveis e verificados, citar fontes credíveis, contrastar fontes” (Sousa, 2005: 36). Mas como refere Sousa, evocando o pensamento de Tuchman (1978), estes apenas são rituais utilizados dos jornalistas para se defender de críticas ao seu trabalho.

Segundo o autor, não existe objetividade se esta for entendida “como a apropriação integral do objecto de conhecimento pelo sujeito que conhece” (Sousa, 2005: 37), isto porque pequenos aspetos do trabalho do jornalista, como a escolha e ordem de palavras acaba por traduzir juízos de valor. O próprio Código Deontológico dos Jornalistas quando se refere a este ponto, apenas dá indicação para que os jornalistas sejam honestos e rigorosos no desempenho da sua função, não havendo aqui referência à objetividade. Para Sousa (2005: 38), produzir notícias significa interpretar factos, contudo “o jornalista deve orientar-se pelos valores do rigor, da independência, do compromisso com a realidade, da honestidade, da intenção de verdade”. A objetividade deve ser sempre tida como uma meta.

Como sustenta Fidalgo (2008: 156), é impossível apenas transmitir os factos, e muito menos a totalidade dos factos sobre um assunto, isto porque percebemos os acontecimentos com determinados óculos – preconceitos e interesses. Como refere o autor,

“Ao contrário do que frequentemente parece pensar-se, a doutrina da objectividade não nasce de uma negação da subjectividade do jornalista, mas precisamente do oposto, da sua ‘descoberta’ e assunção – ou seja, da constatação de que a comunicação dos factos é plausivelmente afectada pelo ponto de vista subjectivo da pessoa que os selecciona, elabora e comunica”

(Fidalgo, 2008: 158).

Por isso, existe sim esta defesa em torno da objetividade, para que se incuta ao jornalista o cuidado de ter atenção na forma como relata os acontecimentos, de forma a treinar para que o seu modo de comunicar seja o menos distorcido ou enviesado possível. O autor cita Lippmann (1992: 326), que considera que “à medida que as nossas mentes forem tomando consciência da sua própria subjectividade, apreciaremos as bondades do método objectivo”. Quer isto dizer que teremos sempre a objetividade como um modelo a seguir para a profissão. A objetividade é encarada “um quadro de referência, uma atitude de abordagem da realidade, um esforço constante de distanciação, traduzido também num conjunto de práticas – e de marcas textuais, de ‘rituais estratégicos’ públicos e notórios” (Fidalgo, 2008: 158).

Também Lichtenberg (1996: 225) considera que a objetividade não é atingível, porque os jornalistas não conseguem desempenhar a sua atividade imparcialmente, estando as suas visões semi-presentes nas notícias. “Como um livro recente coloca, a objectividade «é um falso ideal e impossível», e todos os escritores dos media afirmam que, de alguma forma, «eles estão todos errados»” (Kessler and McDonald, 1989: 24-28

cit por. Lichtenberg, 1996: 226). Assim, dizer que a realidade é socialmente construída, significa dizer que os factos são interpretados, o que implica determinadas decisões sobre o modo como são noticiados. Os factos são interpretados devido aos significados diversos que cada jornalista lhe atribui, daí que as notícias sejam construções sociais.

1.2) A força da política editorial

São vários os autores que defendem a influência dos constrangimentos organizacionais sobre a atividade dos jornalistas. Nelson Traquina realça a visão de Breed (1997), defensor da perspetiva organizacional, que rejeita a crença da subjetividade na seleção dos acontecimentos, enfatizando as restrições das empresas mediáticas. Assim sendo, também a linha editorial exerce o seu poder sobre o produto informativo. Aliás, os valores-notícia valorizados acabam eles mesmos por ser determinados pela política do órgão de comunicação. O autor escreve que os valores-notícias são mutáveis, variando de organização jornalística e “tendo em conta as políticas editoriais” (Traquina, 2007: 203). Traquina considera-as mesmo uma forma de controlo intraorganizacional. Na opinião do autor, estas regras acabam por, juntamente com as normas profissionais (controlo transorganizacional), orientar o trabalho de cada jornalista.

No entanto, desde que esta não viole as normas profissionais, o autor considera que esta não deve ser encarada como um constrangimento no seu trabalho. De facto, a linha editorial apenas pode limitar o modo como as notícias são construídas, o que é destacado e o que é minorado. Traquina (1997: 169) cita Walter Gieber (1960: 83), que defende que os jornalistas estão conscientes da sua posição de assalariado a uma organização mediática, respondendo “à estrutura social e às pressões da sala de redacção”. As suas opções só podem ser entendidas tendo como referência o contexto empresarial em que este se insere, pois resultam da política seguida pela publicação. Assim sendo,

“A «política» pode ser definida como a orientação mais ou menos consistente evidenciada por um jornal, não só no seu editorial, como também nas suas crónicas e manchetes, relativas a questões e acontecimentos seleccionados. A «parcialidade» não significa necessariamente prevaricação. Pelo contrário, envolve a omissão, a selecção diferencial, ou a colocação diferencial, tal como «destacar» um item favorável à orientação política do jornal, «enterrar» um item desfavorável numa página interior, etc”.

(Traquina, 1993: 153)

Esta não precisa de ser dita explicitamente, isto porque no decorrer do seu trabalho o jornalista “descobre e interioriza os direitos e as obrigações do seu estatuto, bem como as suas normas e valores aprende a antever aquilo que se espera dele, a fim de obter recompensas e evitar penalidades”. Assim, ela é aprendida por osmose e respeitada devido a seis fatores que Breed (1955) aponta para explicar este conformismo: autoridade institucional e sanções, sentimentos de dever e estima para com os superiores, aspiração à mobilidade profissional, ausência de conflito no grupo, prazer na atividade jornalística e produção de notícias com valor.

Correia também realça as investigações de Breed (1955), que assinalam a passagem da teoria do *gatekeeping* para a teoria do *newsmaking*. Aqui, a produção de notícias é entendida como “reflexo dos aspectos organizacionais e rotineiros da profissão jornalística, os quais impõem determinados critérios e condutas que dão o perfil a essa cobertura e têm uma influência decisiva na ideologia profissional” (Correia, 2000: 133). Logo, o processo de produção de notícias deve centrar-se na cultura profissional. Correia propõe a definição apresentada por Gabarino (1982). Segundo este autor, a cultura profissional corresponde a

“um inextricável emaranhado de retóricas de fachada e astúcias táticas, de códigos, estereótipos, símbolos, tipificações latentes, representações de papéis, rituais e convenções, relativos às funções dos media e dos jornalistas na sociedade, à concepção do produto-notícia e às modalidades que superintendem à sua concepção. A ideologia traduz-se, pois, numa série de paradigmas profissionais adoptados como naturais”

(Correia, 2000: 133-134).

A ideologia profissional define o que é considerado notícia, ajudando os jornalistas no momento de decidirem o que tornar público, assim como o modo como o fazem. Como adianta Correia (2000: 134), “é necessário instituir uma certa ordem, uma certa orientação de trabalho, recorrer a diversos meios, processos e regras, assim como a determinados critérios e valores”, que ajudam na concretização do produto jornalístico. Tal como referia Traquina, deve ser encarada como uma orientação e não como um constrangimento.

Na mesma linha de pensamento, Wolf (2009) destaca a influência do contexto profissional-organizativo-burocrático sobre as decisões de cada *‘gatekeeper’*. De acordo com o autor, na produção de informações, temos por um lado a cultura profissional e por outro lado as restrições ligadas à organização do trabalho, “sobre as quais se criam convenções «que determinam a definição de notícia, legitimam o processo produtivo, desde a utilização das fontes até à selecção dos acontecimentos e às modalidades de

confeção, e contribuem para se precaver contra as críticas do público” (Gabarino, 1982: 12 cit. por Wolf, 2009: 189). Faz, assim, notícia o que é considerado pertinente pela cultura profissional e é suscetível de ser trabalhado pelo órgão de comunicação.

Os processos de interação social que se estabelecem no interior da organização determinam as notícias que são produzidas, resultado da preocupação dos jornalistas corresponderem às expectativas dos seus superiores (uma das razões para o conformismo dos jornalistas para com a política editorial). Santos (2003: 16) destaca o peso das relações entre jornalistas e chefias no resultado do produto jornalístico. O autor considera que as notícias são o resultado de “processos organizacionais e da interação humana, moldam-se nos métodos usados pelos jornalistas na recolha das notícias, fontes que contactam, exigências organizacionais, recursos e políticas das organizações em que trabalham, géneros noticiosos e suas convenções” (Santos, 2003: 14).

Notícia corresponde ao que é definido no projeto editorial

No decorrer da atividade jornalística, os jornalistas estão sujeitos a um conjunto de condicionalismos e constrangimentos de vários níveis, dos quais podemos destacar os relacionados com a sala de redação e os movimentos sociais que se exercem sobre a ação dos media, como constata Lopes (2008: 37). As normas editoriais vão sendo interiorizadas à medida que adquire experiência, funcionando como guias na construção das notícias. O produto informativo reflete então o projeto editorial que se rege o jornal. A autora elenca assim um conjunto de fatores limitativos da profissão, provenientes da redação, da empresa mediática, do grupo profissional, do sistema mediático e do sistema social.

Lopes (2008: 44) evoca o pensamento de Joaquim Fidalgo (1997), segundo o qual o jornalista não exerce o seu livre arbítrio, por sua vez “ele tenta em cada situação interpretar o que mais se adequa ao projecto editorial em que trabalha e o que interessa ao maior número possível dos seus leitores”. A sua atuação é também resultado da relação de interdependência que estabelece com o editor, editor e colegas da redação. De acordo com Lopes (2008), tal situação decorre do facto do jornalista assumir “respeitar a orientação e os objectivos definidos no estatuto editorial do órgão de comunicação social para que trabalhe”. No entanto, tendo por base a alínea 2) do art.12º do Estatuto do Jornalista, “em caso de alteração profunda na linha de orientação ou na natureza do órgão de comunicação social”, é possível “cessar a relação de trabalho com justa causa, tendo direito à respectiva indemnização, nos termos da legislação laboral

aplicável”. Como já podemos constatar, a maior parte das vezes, os jornalistas conformam-se com a política do seu órgão de comunicação.

De acordo com a perspectiva de vários autores, são mais fortes as normas da política editorial da organização do que as crenças pessoais. Neveu (2005: 56) constata isso mesmo, salientando a importância de atender à sociologia do trabalho e das organizações que chama a atenção para as “limitações impostas por uma estrutura de interdependências com a hierarquia, os colegas, as fontes, e que nenhum devaneio sobre a liberdade do sujeito pode dissipar num passe de mágica”. E destaca a determinação da linha editorial, considerando que esta assenta “numa escolha do tipo de informação e do tratamento que a publicação privilegia e traduz-se, em cada edição, na escolha dos acontecimentos a valorizar, no ângulo de cobertura dos mesmos (...)” (Neveu, 2005: 56).

Lalinde (1990: 5) sintetiza o importante a ter em conta no processo de produção de notícias: Por um lado, a cultura profissional que integra os estereótipos, representação das regras, rituais, convenções sobre as funções dos media e jornalistas e imagem do público; por outro lado, as restrições organizativas que definem o que é notícia. Por sua vez, Gonçalves (2009: 40) sustenta que “a linha editorial determina a lógica pela qual a empresa jornalística observa o mundo, indicando os seus valores, apontando os seus paradigmas, tendo influência na construção da mensagem noticiosa”. É com base na política da publicação que os jornalistas definem o modo como cada artigo é redigido tornado público, assim como a sua hierarquização no produto final.

Como acrescenta a autora, a política editorial “determina a importância que cada acontecimento tem, sendo um dos indicadores as secções que o compõem”. Os jornalistas regem o seu trabalho por normas profissionais que definem o que é notícia, legitimando assim as suas escolhas. Estabelece-se uma relação entre os valores-notícia e a política editorial, uma vez que estes dão conta da valorização e ordem de importância que os órgãos atribuem aos acontecimentos. O projeto editorial e os valores-notícias traduzem-se, assim, de diversos modos no produto final – as notícias, estando interligados durante todo o processo.

1.3) Nota conclusiva

Para compreender o processo de produção de notícias é importante partir da noção de construção social da realidade, uma vez que cabe aos jornalistas o papel de

produtores de notícias. Temos, assim, acesso a uma realidade construída, que resulta de vários processos de seleção e hierarquização, influenciados por constrangimentos organizacionais da sala de redação, mas também por fatores extra-organizacionais. Deste modo, as notícias a que temos acesso através dos meios de comunicação social dão a conhecer uma realidade que é sujeita a vários filtros (*gates*), refletindo o que é valorizado por esse órgão. A impossibilidade de publicar todos os acontecimentos que chegam à redação obriga a que não possamos olhar para este processo complexo de modo transparente. É neste seguimento que a objetividade passa a ser encarada como inatingível pelos condicionalismos da profissão.

De facto, é reconhecida a influência dos constrangimentos organizacionais sobre a atividade jornalística, uma vez que os jornalistas orientam o seu trabalho de acordo com a política editorial definida pelo meio de comunicação, apreendida por osmose. Assim, são transformados em notícia os acontecimentos considerados pertinentes pela cultura profissional. A linha editorial traduz-se no tipo de acontecimentos a valorizar e no modo de os publicar, daí que seja um dos tópicos em análise desta investigação, no sentido de perceber a sua influência quanto ao tratamento jornalístico dos acontecimentos.

As rotinas de produção são, também, resultado da política seguida pelo órgão de comunicação, daí serem um tópico a ter em conta para ser possível responder à questão de partida da nossa investigação: “Até que ponto a política editorial tem implicações no tratamento noticioso das notícias?”, mais concretamente “Até que ponto a mudança de Direção determina a forma como os assuntos do ‘Porto’ são retratados no Jornal de Notícias?”.

2 - As rotinas de produção jornalística

Neste segundo ponto sobre as rotinas de produção iremos abordar a temática das fontes de informação e dos valores-notícia, no sentido de perceber a sua influência na seleção dos acontecimentos e sua conseqüente transformação em notícias. Tais elementos são aqui considerados como uma escolha que varia de acordo com a política editorial, daí ser nosso objetivo conhecer o impacto que podem ter no produto jornalístico. Começaremos por analisar o papel e pressão que as fontes exercem sobre a atividade dos jornalistas, para depois avaliar como os valores-notícia valorizados pelos meios de comunicação podem ser determinantes para definir o que é tornado público.

2.1) *As fontes de informação*

Manuel Pinto (2000), um dos autores que mais se tem debruçado sobre o campo das fontes de informação em Portugal, faz uma alusão interessante em torno deste conceito. Segundo este estudioso, a fonte está associada a uma nascente de água e à ideia de vida e de fecundação, ao passo que no espaço mediático pode levar a entender as fontes como a origem dos acontecimentos, responsáveis pelo “abastecimento noticioso das redacções” (Pinto, 2000: 278). Assim sendo, “as fontes são pessoas, são grupos, são instituições sociais ou são vestígios – falas, documentos, dados – por aqueles preparados, construídos, deixados” (Pinto, 2000: 278), que remetem para posições e relações sociais, bem como pontos de vista. Daí que Pinto considere que as fontes são entidades interessadas e implicadas no processo produtivo. A sua ação decorre de estratégias bem definidas, que determinados acontecimentos sejam transformados em notícia.

Deste modo, atendendo a esta interação que se desenrola entre jornalistas e fontes, Pinto (2000: 279) propõe a seguinte tipificação de fontes: segundo a natureza: fontes pessoais ou documentais; segundo a origem: fontes públicas ou privadas; segundo a duração: fontes episódicas ou permanentes; segundo a geografia: fontes locais, nacionais ou internacionais; segundo o grau de envolvimento: oculares/primárias ou indiretas/ secundárias; segundo a atitude: fontes ativas ou passivas; segundo a identificação: fontes assumidas/explicitadas ou anónimas/confidenciais e segundo a estratégia de atuação: fontes pró-ativas ou reativas, preventivas ou defensivas.

As relações entre jornalistas e fontes está sujeita a diferentes níveis de variação, decorrente do tipo de fonte a que nos referirmos, sendo determinante para o produto jornalístico final. Cada vez mais acentuado com aquilo a que Manuel Chaparro chamou de revolução das fontes, ou seja, a sua crescente organização, institucionalização e profissionalização. Como constata Pinto, nas últimas décadas surgiram mesmo profissionais cujo papel é marcar a agenda dos media, com vista a tornarem-se fontes privilegiadas. O campo mediático passa a ser disputado por estas fontes, “que vieram complexificar os processos sociais de recolha e selecção (newsgathering e gatekeeping) das notícias e, por conseguinte, os processos de construção da própria realidade social” (Pinto, 2000: 282).

Sousa (2005: 49) considera que podem ser consideradas fontes todas as entidades que possuem dados possíveis de serem utilizados pelos jornalistas, podendo

estas serem classificadas em humanas, documentais ou electrónicas; internas, externas ou mistas; oficiais estatais, oficiais não estatais, oficiosas e informais. Segundo o autor, a informação jornalística não existiria sem fontes de informação. No seu entender, seleccionar a melhor fonte é um dever de cada jornalista, que deve avaliá-la pela sua qualificação, competência, credibilidade, oportunidade, pertinência e disponibilidade. As fontes não são todas iguais, pelo que o seu acesso aos media também é variável. Assim como os outros autores, também Sousa frisa o interesse das fontes em estarem presentes no palco mediático, o que pode explicar a sua crescente profissionalização.

“As fontes são, frequentemente, entidades interessadas na cobertura mediática, pelo que põem em campo táticas adequadas a garantir não só essa cobertura mas também que essa cobertura se faça num ângulo favorável, que sejam desprezadas informações negativas para essas mesmas fontes e que acontecimentos desfavoráveis possam ser cobertos favoravelmente (actividade em que os *spin doctors* são especialistas)”

(Sousa, 2000: 66).

Como constata Dalmaso (2002), tornou-se numa prática recorrente os jornalistas recorrerem às declarações das fontes de informação, em detrimento do contacto com a maioria da população. A fonte acaba ela própria por assumir o papel de construtora da notícia, através dos comunicados que envia para os órgãos de comunicação, podendo dizer que conseguem assim um acesso direto ao placó mediático. As fontes oficiais são aquelas que alcançam uma relação privilegiada, ao permitirem poupar tempo na verificação das informações.

A negociação entre as fontes de informação e os jornalistas

O processo de produção de notícias não é somente definido pelos jornalistas e pela força dos respetivos constrangimentos, mas também pela iniciativa das fontes de informação. Santos (2003) também se tem debruçado sobre esta temática, da qual sobressai a sua ideia de negócio entre jornalistas e fontes. Este processo decorre, essencialmente, da organização e profissionalização das fontes que passam a cooperar no produto informativo juntamente com as organizações noticiosas (Tunstall, 1971: 185 cit. por Santos, 2003: 17). Assim sendo, estabelece-se um relacionamento entre as duas partes.

“A relação entre jornalista e fonte define-se como uma luta. Enquanto as fontes se esforçam e divulgar a informação, os jornalistas acedem às fontes a fim de lhes extorquir informações de interesse e que as fontes, eventualmente, escondem. Cada parte gere a outra, o que indica uma relação de negociabilidade na construção da notícia. Esta negociabilidade depende de incentivos,

do poder da fonte de informação, da proximidade social e geográfica face aos jornalistas e do fornecimento de informações credíveis”.

(Santos, 2003: 24-25)

O autor destaca o pensamento de Sigal (1973/1986), para quem “a notícia não é o que os jornalistas pensam, mas o que as fontes dizem, mediadas pelas organizações noticiosas, rotinas jornalísticas e convenções”, acentuando assim o poder das fontes quanto àquilo que é noticiado, que é sempre do seu interesse. Quer isto dizer que a produção noticiosa de determinados assuntos é sempre do interesse das fontes, mas também dos jornalistas, daí implicar a negociação entre as partes. Desenrola-se um processo de troca, o qual, no entender de Schlesinger & Tumber (1994: 38), “ultrapassa a relação entre uma fonte de informação e um jornalista, mas ocorre entre dois grupos, profissões e tipos de organizações” (cit. por Santos, 2003: 38). Ambos estão conscientes do papel que cada um desempenha no espaço mediático, reconhecendo que necessitam uns dos outros para alcançar os seus propósitos.

É neste contexto que é compreensível o entendimento de Herbert Gans (1979: 80 cit. por Santos, 1997: 32-33) sobre as fontes como “factor determinante para a qualidade da informação”, por responderem às necessidades dos jornalistas de dados sobre os acontecimentos. O autor descreve mesmo os proveitos que os jornalistas podem tirar desta relação, nomeadamente produtividade, oportunidade antecipadamente revelada, credibilidade, garantia e respeitabilidade. Por outro lado, Gans (1979: 80 cit. por Santos, 1997: 34) enumera um conjunto de fatores que indiciam a preponderância das fontes nesta relação de poder e negociabilidade, como incentivos, capacidade de dar informações credíveis e proximidade com jornalistas, sendo este último determinante. A fonte faz uma análise do material da organização, passando-se exatamente o mesmo do lado do jornalista com o material da fonte. O produto final é resultado da negociação. Erickson *et al* (1989: 5 cit. por Santos, 1997: 42) falam num *enjeu negocial permanente*: “A notícia é apresentada como produto das transacções entre jornalistas e as suas fontes, como permanente ‘enjeu’: uma convergência de cada uma das partes envolvidas (...)”. O significado é negociado a cada nível do processo.

De acordo com Santos (1997: 161), as fontes e os jornalistas são parceiros e adversários, cooperando com autonomia, com objetivos comuns mas interesses antagónicos. Há sempre confiança, mas simultaneamente uma atitude de suspeita. Trata-se de uma relação de amor e ódio (Haslame, 1994: 195 cit. por Santos, 1997: 164). O jornalista sabe que a fonte tem capacidade em fornecer pistas confidenciais, podendo

gerir essa informação, decidindo o quê e quando tornar público. Mas o jornalista também tem que questionar o interesse da fonte em veicular tais informações. As fontes têm estratégias defensivas e reativas: escondem o negativo e determinam o que pode ser revelado e mantido em privado, exercendo um controlo sobre a informação (Santos, 2003: 41). Mas convém também aqui salientar a autonomia do jornalista, em avaliar a informação fornecida pelas fontes e decidir o que tornar público. Daí que esta possa ser considerada uma relação ambígua e problemática.

“O aspecto negocial consiste no facto de a avaliação de noticiabilidade ser sempre o resultado de uma mistura, articulada de modo diferente, em que os factores em jogo têm um ‘peso específico’ desigual. (...) Nota-se a existência simultânea de elementos divergentes e convergentes que devem ser fundidos: a autonomia do jornalista ou as relações de reciprocidade existentes entre certos tipos de fontes e os jornalistas especializados”

(Ericson *et al.*: 1989 cit. por Santos, 2003: 38).

A notícia resulta deste confronto de informações entre jornalistas e fontes, que se influenciam mutuamente. Como referem Marc e Picard (1992: 181 cit. por Santos, 2003: 175), “a negociação pressupõe uma relação de forças: cada protagonista quer exercer uma pressão sobre o outro, tentando demovê-lo das suas opiniões e aproximá-lo das suas próprias”. Desenrola-se sempre uma luta permanente: as fontes colocam as informações de acordo com os seus objetivos, os jornalistas adaptam a informação à definição de noticiabilidade da sua organização. O campo da notícia é um lugar de interação e diálogo, onde há cooperação; é um lugar de concorrência, onde se negocia o que se pretende noticiar; mas também um lugar de dominação, pois há um confronto de posições entre fontes e jornalistas (Santos, 1997: 188). E neste jogo, é preocupação da fonte tornar-se indispensável no processo noticioso, trabalhando ativamente para fazer parte do núcleo de fontes de confiança de cada profissional. Por seu turno, também é preocupação do jornalista evitar ‘secar’ as suas fontes, mesmo que estas não sejam consideradas importantes no momento, precavendo-se em preservar contactos futuros.

O jornalismo é, assim, produto de interações e poderes, resultante de relações de autonomia e dependência. Carneiro (2006: 53) tenta explicar como decorre este processo: as fontes desenvolvem uma seleção dos acontecimentos a apresentar pelos meios de comunicação, exercendo depois pressão junto dos jornalistas para que sejam tornados públicos. Trata-se de informação preparada pelas fontes de informação, em prol dos seus interesses. A noticiabilidade dos acontecimentos é depois discutida pelos jornalistas, estando aqui em jogo também os interesses da organização para qual trabalha. Teixeira (2009: 20) segue a mesma linha de pensamento, considerando que o

campo da notícia se desenvolve através do binómio divulgar/esconder que caracteriza a relação de disputa entre estas partes, que gerem a relação conforme os seus objetivos. Para o autor, esta é sempre uma relação de confiança, mas também de batalha e luta. Ambos cultivam a relação porque têm interesses.

Esta dependência dos jornalistas resulta do facto de, a maior parte das vezes, não presenciarem aos factos que tornam públicos, como reconhece Fontcuberta. Deste modo, têm que se informar antes de produzir a maioria das notícias, recolhendo toda a informação que considerem útil junto das suas fontes. “As fontes de informação são, portanto, pessoas, instituições e organismos de todo o tipo que facilitam a informação de que os meios de comunicação necessitam para elaborar as notícias” (Fontcuberta, 1999: 46). Como acrescenta a autora, “um meio sem fontes é um meio morto” (Fontcuberta, 1999: 46). Os jornalistas não podem estar em todos os locais ao mesmo tempo, daí que necessitem de ‘outros olhos’ para contar o que sucedeu e, mesmo quando assistem a um acontecimento, procuram as fontes para darem pontos de vista e dados complementares. Esta conquista de fontes fiáveis e de qualidade acaba por dar prestígio aos meios de comunicação. Segundo Fontcuberta (1999: 46), “o poder informativo do jornal evidencia-se, então, pelo número, qualidade e pluralismo das suas fontes de informação”.

Mas como constata Wolf (2009: 218), é cada vez menos recorrente a imagem do jornalista à procura de notícias. Por sua vez, são as fontes de informação que vêm ter com os jornalistas, que enviam *press releases* para os órgãos de comunicação, com o intuito de tornar público o que é do seu interesse. Segundo o pensamento de Golding e Elliott (1979: 102 cit. por Wolf, 2009: 218), a recolha “nega o essencial da ideologia profissional que retrata o jornalista à caça de notícias, orientado para o exterior enquanto activo recolhedor de informações, independente de fontes” É, assim, cada vez mais recorrente o uso de notícias de agenda e fontes institucionalizadas, cabendo apenas ao jornalista a tarefa de “receber e reestruturar, em conformidade com os valores/notícia relativos ao produto, ao formato e ao meio de comunicação” (Wolf, 2009: 219). Trata-se de um processo de ajustamento, que faz com que o produto final que chega ao público seja muito semelhante aos veiculados por outros meios de comunicação. A influência das fontes é de tal forma determinante, que tem como resultado a homogeneização da oferta mediática.

A necessidade de um fluxo constante de informações conduz à procura das fontes de informação com capacidade para responder a este requisito. Como reconhece

Wolf (2009: 221-222), tal procedimento acaba por facilitar a atividade jornalística, tendo como consequências a racionalização do trabalho, redução de custos, redução de tempo, credibilidade das fontes, fuga a pressões e redução da necessidade de controlo. Tudo isto concorre para responder às exigências dos procedimentos produtivos, colocando, por vezes, os jornalistas ‘nas mãos’ das suas fontes de informação. Wolf (2009: 224) realça o pensamento de Gans (1979: 116), ao sugerir a relação entre jornalistas e fontes como uma dança, em que esta dança é maioritariamente conduzida pelas fontes, o que significa que há uma maior tentativa de aproximação por parte das fontes.

Lalinde (1990) também partilha a opinião de que está cada vez mais longe a imagem dos jornalistas à procura das fontes, sendo estas mais ativas antecipando-se ao trabalho do jornalista.

“Os processos de recolha nos media contemporâneos produzem-se através de fontes estáveis que tendem a proporcionar material informativo facilmente incorporado nos processos normais de elaboração. Estas são fontes institucionalizadas com as que os jornalistas sabem que podem contar como produtoras de notícias”

(Lalinde, 1990: 13).

Para a autora, as fontes passam mesmo a estar implicadas na definição da noticiabilidade de determinados acontecimentos. As fontes institucionais são aquelas que garantem o material que os jornalistas necessitam, decorrente da sua profissionalização, passando a integrar a sua lista de contactos. A tendência é que estas fontes sejam legitimadoras.

Também no entendimento de Neveu (2005), o trabalho jornalístico implica um comportamento ativo na procura de informação. Mas para o autor, hoje predomina uma atitude ativa por parte das fontes, que põe em causa o perfil de jornalista com “espírito de iniciativa e de habilidade para aceder a informações escondidas” (Neveu, 2005: 98). Fala-se, assim, na profissionalização das fontes, onde sobressai “a sua capacidade para desenvolver uma racionalidade estratégica assente na antecipação das rotinas e das práticas dos jornalistas, de modo a fornecer-lhes um «ponto a publicar ou a difundir»”. Deste modo, é questionável a visão que considera o jornalista como único pólo ativo na produção de notícias, como defende Schlesinger (1992). De facto, é cada vez maior o número de assessores, conhecedores dos métodos de rotina dos jornalistas, permitindo-lhes antecipar o seu trabalho, com os acontecimentos que pretendem ver difundidos. As conferências de imprensa e comunicados são prova disso mesmo.

Como refere Neveu (2009: 70), ao serem ativas, as fontes acabam por controlar os jornalistas, definindo o que é publicado nos jornais, daí serem conhecidas por ‘definidores primários’ – conceito avançado por Stuart Hall (1978). “A noção sugere que, em todos os domínios da vida social, existem de facto algumas fontes particularmente credíveis, devido à sua representatividade e ao seu estatuto institucional” (Neveu, 2009: 73), com capacidade de definir e enquadrar os acontecimentos, permitindo aos jornalistas não recorrer a outras fontes. Por sua vez, os definidores secundários (associações, investigadores, porta-vozes de comunidades) têm pouco peso social, sendo pouco aproveitado o seu discurso. Neveu evoca Schlesinger & Tumbe (1995), que apresentam uma crítica à visão de Hall, ao questionar o poder destas fontes primárias. Os autores dão relevo à possibilidade de os jornalistas serem eles próprios definidores primários, decorrente da possibilidade da iniciativa das fontes ter pouco eco e não provocar os resultados por elas previstos, atribuindo, assim, também um certo poder aos jornalistas quanto aos acontecimentos que são transformados em notícias.

2.2) *A influência dos valores-notícia*

Na hora de decidir quais os acontecimentos que devem ser transformados em notícia, há um outro fator que entre em jogo: os valores-notícia. Como refere Wolf, exige-se dos factos determinados requisitos para serem tornados públicos. O que não corresponder é excluído. Segundo o autor, ajudam a responder à questão: Quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias? (Wolf, 2009: 195).

Como já vimos, às redações chegam um número elevado de factos que as fontes pretendem ver publicados, daí que os jornalistas necessitem de se guiar por determinados critérios que ajudem a definir a noticiabilidade dos acontecimentos, ou seja, a sua aptidão para ser notícia (Wolf, 2009: 189).

“Pode também dizer-se que a noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação enfrentam a tarefa de escolher, quotidianamente, de entre um número imprevisível e indefinido de factos, uma quantidade finita e tendencialmente estável de notícias”

(Wolf, 2009: 190).

Assim sendo, a noticiabilidade está associada a uma certa rotinização e standardização do processo produtivo, determinando quais os factos que são importantes para o órgão

de comunicação, o que significa que os valores-notícia variam conforme o media a que dizem respeito, tendo por base a linha editorial adotada, ou seja, são flexíveis. Convém aqui esclarecer que os valores-notícia não estão presentes apenas no processo de seleção de notícias, mas sim ao longo de todo o processo produtivo.

Segundo Golding e Elliott (1979: 114 cit. por Wolf, 2009: 196), estes são critérios de seleção do material, que funcionam como linhas guia na apresentação, sugerindo o que deve ser realçado. No fundo, trata-se de qualidades dos acontecimentos que determinam a sua inclusão ou não no produto final do órgão, bem como o destaque e dimensão que lhe são concedidos. Daí que devem ser de fácil aplicação e adaptáveis a todos os factos, o que quer dizer que devem estar orientados para a eficácia. As decisões têm que ser tomadas quase como que automáticas. (Wolf, 2009: 197). Aquilo que é selecionado e escolhido está sempre orientado para a ‘factibilidade’ do produto informativo (Wolf, 2009: 191).

Segundo Wolf, os valores-notícia derivam de pressupostos relativos às características das notícias, ao produto e disponibilidade do material, ao público e à concorrência. Quanto aos critérios relativos às características das notícias estão aqui em jogo o interesse e importância dos factos. A importância é definida pelo nível hierárquico das pessoas envolvidas, pelo impacto sobre a nação e interesse nacional, pela quantidade de pessoas e pela sua relevância quanto à evolução futura. Já no que se refere ao interesse de um acontecimento, este é considerado interessante quando corresponde àquilo que o jornalista pensa ser do gosto do público e pela sua capacidade de entretenimento. Nos critérios que incidem sobre o produto estão em análise a disponibilidade de materiais para fazer a cobertura e as especificidades de cada facto. Ganham estatuto de notícia aqueles acontecimentos que respondam às características da brevidade, atualidade, qualidade da história e equilíbrio. Quanto aos critérios relativos ao público, Wolf refere-se à influência da imagem que os jornalistas têm do seu público. Gans (1979 cit. por Wolf, 2009: 214) fala aqui da opção dos media em noticiar assuntos que interessem ao público e permitam a sua identificação. Por fim, no que diz respeito aos critérios relativos à concorrência, são selecionados os acontecimentos que se julgam que serão noticiados pelos outros meios de comunicação.

São, assim, noticiados factos que sabemos que serão abordados pelos concorrentes, havendo aqui um desencorajamento à inovação. Contudo, não podemos esquecer que os meios de comunicação também privilegiam informação que mais ninguém tem, dando-se grande destaque aos exclusivos. Todos estes critérios têm muito

mais peso devido às pressões de tempo a que estão sujeitos os media, dando um enorme contributo nas fases de recolha, seleção e apresentação das notícias (Wolf, 2009: 218).

Traquina também se debruçou sobre os valores-notícia, considerando que estes são um aspeto fundamental da cultura profissional e um elemento de interação jornalística, constituindo-se como referências que ajudam na elaboração das notícias.

“A previsibilidade do esquema geral das notícias deve-se à existência de critérios de noticiabilidade, isto é, à existência de valores-notícia que os membros da tribo jornalística partilham. Podemos definir o conceito de noticiabilidade como 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 susceptíveis de se tornar notícia, isto é, serem julgados como transformáveis em matéria noticiável, por isso, possuindo «valor-notícia» (*news-worthiness*)”.

(Traquina, 2007: 172-173).

O autor define, assim, os valores-notícia como os “óculos particulares” de que os jornalistas dispõem para a escolha e produção das suas notícias.

Traquina (2007: 186) segue a perspectiva de Wolf, um dos primeiros autores que defendeu que os valores-notícia estão presentes no processo de seleção, mas também no processo de construção de notícia, distinguindo entre valores de seleção e valores de construção. Os valores-notícia de seleção podem ser distinguidos em critérios substantivos que dizem respeito às características do acontecimento em termos da sua importância ou interesse, e em critérios contextuais que correspondem ao contexto de produção de notícia. Por sua vez, os valores-notícia de construção podem ser entendidas como qualidades da sua construção como notícia, funcionando como linhas guia para a sua apresentação. No seu conjunto,

“ (...) os valores-notícia fornecem critérios nas práticas de rotina do jornalismo que permitem aos jornalistas, editores e agentes noticiosos decidir rotineira e regularmente sobre quais as «estórias» que são «noticiáveis» e quais não são, quais as «estórias» que merecem destaque e quais as que são relativamente insignificantes, quais as que são para publicar e quais as que são para eliminar”

(Nordenstrong, 1972, Breed, 1955; Hall, 1975 cit. por Traquina, 1993: 225).

Como defende Correia (2000: 137), os valores-notícia acabam por impor uma certa ordem que é necessária na execução do trabalho jornalístico, essencial para definir a noticiabilidade de um acontecimento. São entendidos por Golding e Elliot (1979 cit. por Correia 2000: 137) como as qualidades dos acontecimentos, os que significa que quantas mais qualidades possuírem, maiores serão as possibilidades de serem incluídos,

atuando, assim, de forma complementar durante todo o processo. Os valores-notícia exercem, assim, um importante papel como orientadores na ação de rotina do trabalho jornalístico. Como refere o autor, o facto de uma notícia ser acompanhada por uma fotografia é, em princípio, significado de maior importância desse acontecimento para o órgão de comunicação. Por isso, para o autor, a avaliação da noticiabilidade tem em conta vários fatores, que vão desde a política editorial até à própria sensibilidade do jornalista (Correia, 2000: 171).

Como refere Silva (2004: 5), esta necessidade de pensar a noticiabilidade decorre da infinidade de acontecimentos que ocorrem no quotidiano e da impossibilidade de inseri-los no produto informativo. É necessário selecionar quais as matérias-primas merecedoras de se transformarem em notícias e depois hierarquizar as mais importantes para incluir nas chamadas dos jornais ou até nas primeiras páginas. “Sendo assim, o produto informativo parece ser resultado de uma série de negociações, orientadas pragmaticamente, que têm por objecto o que deve ser inserido e de que modo deve ser inserido no jornal, no noticiário ou no telejornal” (Silva, 2004: 3). Como referia Traquina, os valores-notícia operam no processo de seleção, mas também de construção das notícias: indicam o que deve ser noticiado e, posteriormente, o que deve ser enfatizado. Como defende a autora, “é preciso considerar que os valores-notícia são um *mapa cultural*, como define Stuart Hall; ou como afirma John Hartley, os valores-notícia não são naturais nem neutros, eles formam um código que vê o mundo de uma forma muito particular” (Silva, 2004: 7). Tratam-se, assim, de referências que facilitam o processo produtivo, tornando o processo quase automático.

Sousa (2005: 30) defende que na escolha dos acontecimentos, “há mecanismos que se sobrepõem à subjectividade jornalística. Entre eles estão os critérios de noticiabilidade (ou de valor-notícia) que são aplicados pelo jornalista, conscientemente ou não, no momento de avaliar os assuntos que têm valor como notícia”. Para o autor, a escolha e hierarquização dos acontecimentos depende de critérios que partilham influências pessoais, um pendor social – organizacional, um pendor ideológico, um pendor cultural e ainda uma ligação a ações do meio físico e tecnológico (Sousa, 2005: 35). No seu entender, tal situação acaba por tender para a repetição do tipo de conteúdo nos meios de comunicação (Sousa, 2000: 102).

Os valores-notícia são múltiplos

Como referem vários autores, os valores-notícia são mutáveis e variáveis conforme o órgão de comunicação. O seu peso está relacionado com a política editorial adotada, o que significa que vão orientar a conduta de cada órgão no palco mediático. Como constata Gislene Silva, este entendimento não é recente, havendo já consciência da sua influência no processo de produção de notícias:

“(...) Kaspar Stieler, mencionado por Michael Kunzick (p.242), dizia em 1695 que os redactores deveriam saber distinguir entre o que é importante e o que é comum; e apontava como *valores explícitos* a novidade, a proximidade geográfica, a proeminência e o negativismo. Dando um salto para o século XX, Walter Lippmann, em 1922, em obra inaugural, *Opinião pública*, elege como atributos: clareza, surpresa, proximidade geográfica, impacto e conflito pessoal. Em 1959, Fraser Bond publica *Introdução ao Jornalismo*, no qual destaca entre as características dos factos sua capacidade de despertar o interesse e a atenção do público”

(Silva, 2004: 9).

Para que tal seja possível, Bond (cit. por Silva, 2004: 10) elenca a sua classificação de critérios que os acontecimentos devem possuir: proeminência, raridade, interesse nacional, interesse pessoal/económico, injustiça, catástrofe, interesse universal, drama, número de pessoas afetadas, grande quantia de dinheiro, descobertas/invenções e crime/violência.

Por sua vez, Nelson Traquina cita Ericson, Baranek e Chan (1987: 139-140), que consideram que os valores-notícia ajudam a reconhecer a importância dos acontecimentos, funcionando como um importante fator na hora de escolher os que serão noticiados. Para os autores, os factos têm de responder a certas qualidades, nomeadamente simplificação, dramatização, personalização, continuidade, consonância, inesperado e infração (Traquina, 2007: 182-184). Por sua vez, Gantung e Ruge (1965/1993 cit. por Traquina, 2007: 179) definem doze valores-notícia que consideram serem os mais valorizados: frequência, amplitude, clareza, significância, consonância, inesperado, continuidade, composição, referência a nações de elite, referência a pessoas de elite, personalização e negatividade.

Já Fontcuberta (1999: 36) é da opinião que “a maioria das notícias contém actualidade, proximidade, proeminência e, sobretudo, conflito e consequências”, considerando que a proximidade é um dos fatores mais importantes, isto porque o que interessa ao público é saber o que se passa próximo de si. Adicionalmente, a autora defende que o protagonismo é outro elemento chave a considerar, visto que “há pessoas que são notícia façam o que fizerem, mesmo que não façam nada” (1999: 37). O

conflito é sempre um grande foco para prender a atenção do público, assim como um acontecimento que provoque consequências, visto que “significam a expansão do acontecimento a vários contextos e desencadeiam um processo através do qual se multiplicam os factos, originando novas situações a noticiar” (Fontcuberta, 1999: 37). No fundo, trata-se de critérios que os acontecimentos devem possuir para atrair o público – que é o grande objetivo dos meios de comunicação.

Para a autora (1999: 42), os media têm interesse em divulgar determinados assuntos para ganhar dinheiro e ter audiência. Assim, cada órgão procura dar os conteúdos que mais interesse suscitem junto da audiência, definindo a sua agenda tendo em conta os seus objetivos económico e ideológico. “Como se pode observar, os interesses do público, dos meios e da própria sociedade constroem a agenda, isto é, o conteúdo de cada meio (Fontcuberta, 1999: 44). Assim, as notícias de primeira página correspondem àquelas que melhor respondem aos critérios valorizados pelo media, sendo também aquelas que no seu entender mais atrairão a atenção dos leitores.

Neveu também focou a sua atenção sobre os critérios que ajudam a determinar o valor da informação – *the newsworthiness*. E expressa claramente o seu pensamento:

“O acontecimento, para fixar a atenção e para ser ouvido e entendido, tem de ser forte, claro, inesperado, significativo no contexto de uma certa cultura. A maior ou menor probabilidade de um acontecimento internacional merecer a nossa atenção depende, também, do facto de ele afectar uma nação considerada «importante», das elites sociais, do alcance das suas consequências, da possibilidade de associar personagens aos factos. É inexato, portanto, pensar que o acesso de um acontecimento às páginas do jornal ou aos ecrãs de televisão é arbitrário e inexplicável”

(Neveu, 2005: 66).

Como explica o autor, os jornalistas necessitam de critérios que os ajudem hierarquizar quase que automaticamente o conjunto de informações que chegam às redações. E, de facto, os valores-notícia conseguem dar este sentido prático à atividade jornalística.

Definição dos valores-notícia tendo em conta o público

Para Guerra (s. d.) os valores-notícia representam uma expectativa para os jornalistas, ou seja, correspondem a um conjunto de atributos que orientam o processo de seleção das notícias. Assim, um facto é tornado público quando satisfaz essa expectativa. Como refere Guerra (s. d.: 2), “os atributos do facto têm de estar em algum grau de conformidade com os valores-notícia utilizados, quanto maior a conformidade, maior o seu valor-notícia”. Mas como salienta o autor, um acontecimento pode

corresponder aos valores-notícia valorizados pelo media, mas não ser noticiado pela incapacidade do órgão em termos materiais para efetuar a sua cobertura.

Assim como constata outros autores, nem todos os factos que ocorrem no quotidiano são alvo da atividade jornalística, somente aqueles que apresentam valor noticioso. E para Guerra (s. d.: 6), “os valores-notícia se organizam em torno de duas directrizes: a função social do jornalismo e a demanda da audiência”. Na sua opinião, o trabalho jornalístico resume-se à avaliação dos acontecimentos que merecem ser tornados públicos, e para superar essa seleção devem responder a estas características: importância, interesse, atualidade e novidade, nos quais é aqui sempre tido em conta o público de cada órgão. Assim, cada jornalista trabalha tendo por base um leitor-modelo segundo o qual orienta a sua atividade (Guerra, s. d.: 8).

De facto, como salienta Grudzinski (2009: 4), transformar os acontecimentos em notícias é reconhecer neles importância ou interesse, que justifiquem trazê-los para o palco mediático. A autora cita Hall (1978), que defende que “as coisas são noticiáveis porque elas representam a volubilidade, e a imprevisibilidade e a natureza conflituosa do mundo”, ou seja, os tais valores-notícia da importância e do interesse que os acontecimentos devem possuir para serem do conhecimento dos leitores e, por consequência, suscitarem a sua atenção. Grudzinski partilha o pensamento de Erbolato (1991, 60-65), que entende que os critérios adotados pelos media têm em conta o seu público, considerando aqueles que o podem motivar a proximidade, impacto, proeminência (ou celebridade), aventura e conflito, consequências, humor, raridade, progresso, interesse pessoal, interesse humano, importância, rivalidade, utilidade, política editorial do jornal, oportunidade, dinheiro, originalidade, culto de heróis, descobertas e invenções, repercussão e confidências (Grudzinski, 2009: 5).

Fernandes (2004: 5) entende que a adoção de valores-notícia é garantia de sucesso dos órgãos de comunicação, ao agilizarem “*o modus operandi*” de suas redações, considerando que estes podem variar segundo o seu contexto, abrangência, público e periodicidade. Trata-se de guias dos procedimentos operacionais, daí a importância da sua facilidade de aplicação. De acordo com o autor, os media perceberem a importância da segmentação do público como estratégia para o seu desenvolvimento no mercado, pelo que o valor-notícia da proximidade e do interesse do público sejam os mais valorizados. Tem que ver uma identificação e implicação dos leitores.

Sampaio partilha o mesmo entendimento, considerando que os valores-notícia andam em torno da atualidade, significado e interesse. Para a autora, as notícias têm que ser atuais, mas também importantes para os seus leitores, procurando, simultaneamente aos interesses desses mesmos leitores. Percebemos, assim, que “sejam quais forem os critérios que utilizem, os mesmos tem que ter sempre o público como linha de orientação” (Sampaio, 2009: 22).

Como refere McQuail (1996: 68) predomina o entendimento no palco mediático de que os órgãos de comunicação devem servir o interesse público, ou seja, têm de cumprir “algumas tarefas essenciais para o benefício de toda a sociedade, especialmente na vida cultural e política”. Contudo, este é um conceito controverso. Para o autor, um media respeita este compromisso com o público quando oferece um produto jornalístico que “serve os fins de toda a sociedade” (McQuail, 1996: 69). No fundo, trata-se de ter em conta as necessidades e preferências do público para que estes possam ter benefício com o que é publicado nos meios de comunicação, daí a influência que os valores-notícia exercem sobre o trabalho jornalístico.

2.3) Nota conclusiva

Para além dos constrangimentos organizacionais, a iniciativa das fontes de informação exerce uma enorme pressão sobre o trabalho jornalístico, que deixa de ser somente um produto determinado pelos jornalistas. É neste contexto que sobressai a ideia de negociação entre jornalistas e fontes de informação, com interesses em jogo de ambas as partes, daí que seja fundamental a criação de relações de confiança, mas também de suspeita constante.

As fontes são intervenientes interessados no produto jornalístico e, cada vez mais, ativas – profissionalização das fontes de informação – acabando por estar implicadas na definição de noticiabilidade dos acontecimentos. Contudo este acesso aos media não é homogéneo, com as fontes oficiais a gozarem de uma relação privilegiada. As fontes passam a assumir um papel importante na construção das notícias, no qual também entrem em jogo um outro fator: os valores-notícia.

Para serem tornados públicos exigem-se dos acontecimentos determinados requisitos, que ajudam o trabalho no jornalista perante uma infinidade de informação que chega à redação. Os valores-notícia não estão presentes somente na seleção, mas em todas as fases do processo produtivo, funcionando como linhas de orientação que têm por base a política editorial do órgão de comunicação. Ao ajudarem a definir a

noticiabilidade dos acontecimentos, os valores-notícia têm também por base o público, visto que é objetivo dos media conquistar a sua fidelização.

As rotinas de produção são, assim, avaliadas para conhecer o tratamento jornalístico do Jornal de Notícias, no sentido de perceber se há alterações resultantes da mudança de direção e conseqüente política editorial, que dá conta das escolhas das chefias e da sua opção por um jornalismo de proximidade à região Norte do país.

3- A opção por um jornalismo local

Depois de reconhecer o processo de produção de notícias como uma construção social, determinado por constrangimentos organizacionais e extra-organizacionais, focaremos atenção ao modo como as escolhas das chefias podem ser determinantes no produto final que chega ao público. Estando conscientes desta influência, atenderemos à opção dos meios de comunicação por um jornalismo local, que prima pela proximidade com o público e que se sustenta no compromisso com a região.

É a partir das declarações do atual diretor do JN (Jornal de Notícias, 2011¹⁰) sobre a sua inclinação por um jornalismo de proximidade ao Norte do país, no dia da tomada de posse da nova direção, e das experiências de estágio na secção ‘Porto’ do diário que partimos para esta análise da influência da política editorial na escolha por um jornalismo de proximidade.

3.1) A escolha das chefias

Para compreender o processo de produção de notícias torna-se importante estudar o contexto empresarial em que se insere o jornalista, visto que este também concorre para o sucesso da organização, participando na sua estratégia e objetivos económicos, políticos e culturais. De acordo com Curran & Gurevitch (1996: 19-20), a produção noticiosa é influenciada pelos proprietários dos órgãos de comunicação, que intervêm nas decisões editoriais, sem nunca esquecerem as estratégias comerciais.

Como constata Correia (2000: 229), a atividade jornalística não pode ser indissociável do contexto empresarial em que se inserem os profissionais. As opções dos jornalistas são, também, resultado das decisões comerciais e financeiras das chefias,

¹⁰ Informação retirada de [http://www.jn.pt/PaginaInicial/Media/Interior.aspx?content_id=1867128]

isto é, a linha editorial está associada à estratégia comercial de cada órgão de comunicação.

“A elite posiciona-se num lugar singular dentro da empresa, e que em certas circunstâncias se assemelha a um ponto de charneira, ou instância de intermediação, entre o corpo redactorial e o meio envolvente. Por um lado, ela exerce, no âmbito da organização e das rotinas de produção redatoriais, e na decorrência das suas tarefas, um certo tipo de constrangimentos sobre os restantes profissionais”

(Correia, 2000: 241).

O autor evoca o pensamento de Michel Mathien (cit. por Correia, 2000: 250), segundo o qual o diretor do jornal pode ser comparado a um comandante, ao passo que o proprietário se assemelha a um armador: o primeiro dirige a redação, mas cabe ao segundo definir os objetivos da empresa. A influência pode ser mais subtil em uns órgãos do que outros, mas ela está muitas vezes expressa na definição da agenda, reunião na qual participam os membros da direção do jornal. O poder é exercido através de regras implícitas, interiorizadas por osmose. Quanto ao caso do JN aqui em estudo, a agenda é discutida numa reunião de manhã (às 11 horas), voltando a ser estruturada no final do dia (por volta das 19 horas).

Traquina (2007: 80) partilha a mesma ideia, considerando que as escolhas da direção da empresa controlam o produto jornalístico “*au fils du temps* («ao longo do tempo»)”. Os acontecimentos selecionados para fazer cobertura jornalística, os assuntos merecedores de maior destaque, tudo isto é uma opção das chefias. Tal não implica que tenha que ser uma decisão tomada por um membro da direção do jornal, visto que a linha editorial é apreendida por osmose, como referem vários autores (apesar de estes participarem nas reuniões de agenda). Não é necessário aqui a referência explícita do que se pretende de tal produto jornalístico, pois os jornalistas sabem o que é pretendido sem que lhes seja necessário dizer.

Como refere Traquina (2007: 87), o papel do diretor na empresa pode ser mais ativo ou passivo. Por vezes, como no caso do Jornal de Notícias, é opção da direção fazer uma constante referência à sua linha editorial – Um Jornal do Norte. E é por aqui que se guiam os jornalistas, quer na seleção dos factos a noticiar, quer no destaque e modo de construção das suas notícias. De facto, a tematização do produto informativo reflete a escolha de cada órgão, expressando os valores-notícias por ele valorizados. Como refere Traquina (2007: 202),

“A direcção da organização jornalística (ou os seus donos) podem influenciar o peso dos valores-notícia com a sua política editorial, às vezes por razões pessoais, dando prioridade a certo

assunto ou tema. Foi notável, por exemplo, a quantidade de notícias sobre a sinistralidade rodoviária em Portugal, muitas vezes com destaque na primeira página, publicadas no Diário de Notícias em 2001”.

Assim sendo, como refere Santos (1997: 122), numa organização mediática, cabe à direção definir a orientação e estilo da sua publicação, que depois é determinante para os editores na hora de preparar os temas e decidir o que é publicado, em que local, com que destaque e dimensão.

3.2) *Jornalismo local: o valor-notícia da proximidade*

Assiste-se, atualmente, a um interesse crescente dos órgãos de comunicação pela informação local, decorrente da estratégia de fidelizar o público do mercado regional mais próximo do lugar onde estão sediadas as suas sedes. Camponez (2002: 107) cita Mesquita (1997), segundo o qual não faz sentido falarmos em imprensa nacional, uma vez que

“boa parte dos meios de comunicação social cuja sede é em Lisboa e no Porto – aqueles a que normalmente atribuímos o qualitativo de imprensa nacional – nem por isso deixam de ter um carácter eminentemente regional. Basta ver a que região se reporta a maioria dos textos neles publicados, para rapidamente se constatar que é aquela em que está instalada a sede do respectivo órgão de informação”.

A ação dos media centra-se, assim, na abordagem de temas que dizem respeito ao público da região, estabelecendo relações estreitas e permanentes com as fontes locais. Camponez entende esta proximidade como uma “questão transversal ao jornalismo”, que concorre para atrair a atenção do público ao dar-lhes o que lhes interessa. Como refere o autor, o produto oferecido pelos media consiste em notícias que dizem respeito a uma “área geográfica delimitada e relativamente restrita, que se encontram reagrupadas, no jornal, em espaços próprios” (Camponez, 2002: 109).

De facto, ao longo do estágio fui percebendo que o mais comum era os editores mandarem-nos para os locais mais próximos da região. Lembro-me que o Porto, Vila Nova de Gaia e Matosinhos eram os concelhos para onde mais ia fazer a cobertura dos eventos, acabando por consultar várias vezes as mesmas fontes para os diversos assuntos. Como defende também Gunter Kieslich (1972: 95 cit. por Camponez, 2002: 109), a comunicação local “diz respeito à maioria das pessoas e membros integrados nesse sistema social”.

O valor-notícia da proximidade passou a ser entendido como uma das armas mais eficazes para recuperar os públicos (processo que se verificou a partir dos anos

80). De acordo com Camponez (2002: 114), “entre esses sinais, poderá ser referida a tomada de consciência por parte das elites locais da importância da comunicação regional e local, facto que se tem traduzido em novos investimentos e na renovação de projectos editoriais já existentes”. O autor menciona o caso da Lusomundo e SoJornal como aqueles que procederam à elaboração de projetos editoriais locais.

O mesmo se passa com os jornais norte-americanos, com os leitores a demonstrar mais interesse pelos assuntos locais em detrimento das informações internacionais. Isto porque esta estratégia assenta na procura de laços de proximidade com o público, através da publicação de acontecimentos próximos que proporcionam melhores histórias de vida mais facilmente entendidas, ao se reconhecerem nelas em algum ponto (Teo Van Dijk cit. por Camponez, 2002: 117). A informação local tem este efeito, uma vez que está ancorada no território de pertença e identidade do público para quem comunica. Orlando Raimundo (s. d.: 70 cit. por Camponez, 2002: 117) considera que “a «lei da proximidade» em jornalismo surge precisamente da «preocupação de conquistar as boas graças do público, através da criação de invisíveis cadeias de cumplicidade”.

A aposta na informação local passa a ser encarada como o futuro dos meios de comunicação. Pelo menos é esse o entendimento de Julio Punte, diretor do diário galego ‘Faro de Vigo’ citado por Camponez (2002: 120):

“ (...) O mundo é cada vez mais uniforme. Somos tão iguais que precisamente o nosso [mundo] é o que nos diferencia, o que nos torna distintos, o que nos dá identidade. Somos tão instantaneamente iguais que a curiosidade exterior diminui. Já não é preciso ir buscar o mundo: ele entra todos os dias em nossas casas pelas janelas dos meios de comunicação». E adianta: «Chegados à aldeia global concluímos que a única coisa que nos diferencia na realidade é a nossa aldeia»”.

Daí que o que importa ao público é precisamente a realidade social que o rodeia, o tal ‘jornalismo do miúdo’ ou ‘informação microscópica’ de que Punte fala. No fundo, a informação de proximidade, que os media nacionais não têm capacidade para abordar, sendo esta uma das principais vantagens da informação local.

No entendimento de Launay e Ringlet (cit. por Camponez, 2002: 120), trata-se de uma informação que nasce no círculo familiar, aqui o conceito entendido num sentido mais alargado, que nem corresponde à vida privada nem à vida pública. E é este sentimento de identidade partilhada que cada leitor busca na informação local e que a torna atrativa – daí ser cada vez mais uma aposta dos órgãos de comunicação (uma estratégia seguida vincadamente pelo Jornal de Notícias, com as secções Porto e

Norte/Sul). O jornalismo de proximidade funciona, assim, como elo de ligação entre a comunidade, um complemento à experiência quotidiana dos leitores e um banco de dados sobre a região e seus conhecimentos (Mathien cit. por Camponez, 2002: 123). O compromisso editorial é para com a comunidade.

Fontcuberta (1999) dá um importante contributo para o estudo do jornalismo local, apontando a proximidade como uma das características mais importantes para um acontecimento ser noticiável. Isto porque “as pessoas estão interessadas em saber o que se passa próximo de si, e por vizinhança deve entender-se não só a geográfica como a social e até a psicológica. (...) A proximidade é um dos factores mais poderosos no momento de escolher uma notícia”. Quer isto dizer que para os leitores importa ter conhecimento daquilo que se passa no bairro, mas também ter informação sobre os grupos a que se sentem ligados. Por exemplo, faz todo o sentido que haja particular interesse pelos portugueses que estão a morar no estrangeiro.

Predomina, assim, o entendimento de que se deve escrever tendo em conta os interesses do público, não fazendo já sentido célebre frase de Gans de que quanto menos os jornalistas sabem do público, mais atenção dão à notícia. Lembro-me de, a propósito de um incêndio no centro histórico de Vila Nova de Gaia, o meu editor me dizer que esta era uma notícia que merecia mais espaço e destaque no jornal por ser um assunto do interesse dos leitores.

Na mesma linha de ideias, Fontcuberta evoca o pensamento do presidente do New York Times, Arthur Ochs Sulzberg, que considerava um erro escrever um jornal que ninguém quer ler e que não é sensível ao que os leitores querem ter conhecimento. Lorenzo Gomis (cit. por Fontcuberta, 1999: 35) que partilha a mesma ideia, entendendo que um jornal só sobrevive enquanto tiver público suficiente, que encontra a satisfação das suas necessidades no jornal. Segundo o seu ponto de vista, os meios de comunicação “não podem escolher o seu público, embora o procurem e se adaptem a ele. Quem escolhe é sempre o público” (Fontcuberta, 1999: 35). Assim sendo, cada meio tem a sua audiência, que procura a informação de acordo com os seus interesses e necessidades. Três fatores pesam na hora do público escolher um media: interesse pelo que acontece num local específico; interesse por atividades de pessoas e organizações específicas e interesse por temas especiais.

Esta ligação com os leitores também extravasa para as fontes locais, como reconhece Neveu (2005: 40), o que pode conduzir a uma certa dependência por parte dos meios de comunicação. De facto, por situações diversas, várias foram as vezes que

consultei as mesmas fontes de informação durante o estágio, acabando estas por se tornarem um contacto fiável. Como lembra o autor, o jornalismo local caracteriza-se pela relação de proximidade e confiança entre os jornalistas e os interlocutores da vida local, o que implica honestidade das duas partes.

“A noção de proximidade remete também para o «pacto de leitura» implícito neste tipo de imprensa, que define os seus leitores pelo sentimento de pertença a um território (destacado pelos próprios títulos: *Le Dauphiné libéré*, *Les Dernières Nouvelles d’Alsace*). Ela é levada a seleccionar as personagens e os acontecimentos que valorizam um ‘nós’ territorial, daí a importância dada às conquistas locais, à vida associativa e, correlativamente, a extrema prudência na cobertura de tudo o que possa gerar conflitos entre agentes locais e a quase inexistência de furos jornalísticos acerca de ‘casos’ que ponham em causa os poderes locais”

(Neveu, 2005: 40).

De acordo com Sampaio (2009: 30), os assuntos das cidades mais próximas da redação são aqueles que ganham estatuto de notícia, sendo esta uma das principais características que diferenciam o jornalismo local dos restantes media, que raramente se focam em informação próxima de todos. Fala-se, assim, em especificidades que distinguem o jornalismo de proximidade, pela forma particular de se relacionar com o território e articular o discurso com o seu público. Não é só uma questão geográfica, mas também o modo de comunicar e interagir que segue a proximidade como linha de orientação. Deste modo, podemos dizer que as suas principais particularidades são a territorialização, proximidade com público, conhecimento dos leitores e abordagem de temáticas da opinião pública local, com secções próprias (Sampaio, 2009: 30).

Trata-se de conteúdos pertinentes para o público, que permitem a sua participação e daí a sua maior eficácia para a fidelização. Os cidadãos comuns passam a ser chamados para a esfera pública, como fontes auscultadas com mais regularidade e credibilidade para as temáticas sociais e humanas. É o caso do JN com a secção ‘Porto’, que prima por estes valores de proximidade e participação dos cidadãos nas notícias, daí este ser um espaço próprio para dar voz à região do Norte do país.

De facto, como também constata Fernandes (2004: 5), são muitos os autores que têm considerado a proximidade como um dos principais critérios de noticiabilidade. O autor refere mesmo que num inquérito colocado a dez autores brasileiros, americanos e europeus, estes situam a proximidade em primeiro entre setenta critérios citados. Fernandes cita Bond (1962), que dá o exemplo dos jornais americanos que constroem as suas tiragens fora dos grandes centros urbanos, apostando sobretudo nas informações locais. Trata-se aqui de um interesse por parte do público dos acontecimentos mais

próximos, sendo estes até de pequena dimensão, do que assuntos mais importantes, mas respeitantes a zonas distantes. Ressalta a proximidade geográfica, mas também social e psicológica (temática) que Fontcuberta defendia e que Fernandes (2004: 7-8) também faz referência.

Há, assim, um interesse crescente em saber o que ocorre ao que nos sentimos ligados geograficamente (diminuindo à medida que se afasta do nosso local de referência), mas também afetivamente (implicando aqui assuntos que possam estar a milhares de quilómetros). Fernandes (2004: 16) destaca o pensamento de Marcondes (1986: 155), segundo o qual “não adianta transmitir informação crítica e conscientizadora sem ligá-la à prática concreta do receptor”, isto porque é nos assuntos da sua vivência quotidiana que o leitor se identifica, exercendo sobre cada um forte influência.

3.3) *Compromisso com a região*

A escolha das chefias passa muitas vezes por assumir um compromisso com a região, como é o caso do Jornal de Notícias que temos vindo a referenciar (‘Um jornal do Norte’). Tal característica é identificada por Carlos Camponez com a mais evidente nos órgãos regionais. “É nesse compromisso que frutifica ou fracassa, se diversifica ou homogeneiza a comunicação” (Camponez, 2002: 103). A ação dos jornalistas consiste em abordar os assuntos que dizem respeito à região na qual está inserida a sede do jornal, de modo a estabelecer uma relação mais próxima com o seu público. Daí que seja também objetivo da nossa investigação perceber se o Porto e concelhos mais próximos da redação são aqueles que mais vezes fazem notícia no jornal.

Esta ligação com a região acaba por passar também para as fontes de informação, com as quais são estabelecidas relações mais diretas e de carácter permanente. Como refere Camponez (2002: 110), “é, de resto, nesta ligação conceptual entre a sua localização territorial e a territorialização dos seus conteúdos que a imprensa regional e local constrói a sua razão de ser, a sua especificidade e a sua força”. Isto porque o jornalista ao escrever sobre os assuntos próximos mostra que se interessa pelas pessoas da região, nomeadamente com aquilo que dizem e fazem. Esta estratégia dos media em comunicar conteúdos dos interesses do seu público contribuiu para obter a sua fidelização.

“Fundamentalmente, a especificidade da imprensa regional resulta do seu compromisso específico, do seu pacto comunicacional com um território que não pode deixar de representar

um recorte parcial de um espaço mais vasto. Trata-se, portanto, de um jornalismo de proximidade, fundamentalmente comprometido com a sua região e com os seus agentes (...)"

(Camponez, 2002: 273).

Como constata o autor, a criação de espaços destinados ao leitor assim como a figura do provedor podem ser vistas como formas de alcançar uma maior aproximação com o público. Particular expressão pode também ter a definição de várias edições - Norte, Centro e Sul - e secções no jornal - Porto e Norte/Sul. Ocorreu com o Diário de Notícias e com o Jornal de Notícias (este último chegou a ter três edições - Norte, Porto e País, agora com uma edição igual para todo o país), encarada como uma estratégia de diferenciação dos seus leitores – o compromisso com a região em oferecer um produto jornalístico que vá ao encontro dos seus interesses e expectativas, ou seja, publicar os acontecimentos que ocorrem na vizinhança. Isto porque é isso que o público espera do jornal.

Igual entendimento partilha Sampaio (2009) considerando que é deste compromisso que se constrói o jornalismo local e que é, cada vez menos, esquecido pelos órgãos de comunicação nacionais. “Por isso, começam a integrar nas suas edições secções locais. E é essa aposta que constitui a base de diferenciação das suas edições, como é o caso do Jornal de Notícias” (Sampaio, 2009: 31). Este tipo de jornalismo não se distingue somente pela abrangência geográfica, mas sobretudo pelo modo e comunicar e interagir com o público, em que a proximidade é assumida como orientação.

Realça-se aqui a importância da relação de confiança que o jornal estabelece com o público, dando cada vez mais voz ao cidadão comum, que se assume como uma fonte a ser ouvida com credibilidade. E é através desta relação que também pode ser compreendido o facto de serem muitos leitores do JN a deslocarem-se à sua sede para contar as suas histórias, na esperança de terem voz no jornal da região (Foram muitos os leitores que ouvi na sala de reuniões, como já descrevi na experiência de estágio). Só deste estabelecimento de uma relação de confiança é possível efetivar o compromisso com os leitores a que se quer chegar mais perto.

3.4) Nota conclusiva

O produto jornalístico deve ser encarado como o resultado das escolhas das chefias, que se traduz na linha editorial do órgão de comunicação, havendo uma margem para as decisões dos jornalistas, na altura de escrever as notícias. A agenda dá

conta dos assuntos que são valorizados pelos editores de cada secção, que tomam decisões de acordo com o estilo definido para a publicação. A opção por um jornalismo local, que prima pela proximidade com o público é, cada vez mais, uma estratégia dos meios de comunicação, que procuram fidelizar os seus leitores. O valor-notícia da proximidade acaba por ser um dos mais valorizados pelas chefias quanto ao que deve ser incluído na agenda, uma vez que crie em cada leitor um sentimento de identidade partilhada. Estabelece-se, assim, um elo de ligação e uma relação de compromisso entre o órgão de comunicação com o seu público.

É este sentimento que o JN pretende criar com o seu público ao apostar numa estratégia de criação de um produto jornalístico que seja a identidade do Norte, ou seja, a expressão da região. Assim, é através da política editorial definida pelo diário, que se traduz na escolha das fontes de informação a consultar, dos locais a fazer cobertura e dos valores-notícia que determinam que acontecimentos noticiar e o modo de os publicar (com mais ou menos espaço e com ou sem fotografia). Por isso, definimos como questão de partida a seguinte interrogação: “Até que ponto a política editorial tem implicações no tratamento noticioso das notícias?”, ou seja, “Até que ponto a mudança de Direção determina a forma como os assuntos do ‘Porto’ são retratados no Jornal de Notícias?”.

Capítulo III – Metodologia

Este terceiro capítulo dedica-se à apresentação da metodologia aplicada à nossa investigação. Começámos por fazer uma apresentação do modelo de análise, em que explicitámos a hipótese geral e subhipóteses que vão guiar a análise. A partir dos conceitos chave do projeto – ‘Política editorial’ e ‘Tratamento noticioso’ – expomos um quadro de análise através do qual serão categorizadas as notícias, com base nas dimensões mencionadas. Na segunda parte, definimos os métodos de recolha e análise de resultados escolhidos para o estudo. Primeiramente, debruçamo-nos sobre o modo de recolha das notícias e modo de tratamento – análise de conteúdo, terminando com a justificação pela aplicação de um método complementar – a entrevista.

1- Modelo de análise

Tendo por base a questão de partida “Até que ponto a política editorial tem implicações no tratamento noticioso das notícias?”, o que neste caso significa dizer “Até que ponto a mudança de Direção determina a forma como os assuntos do ‘Porto’ são retratados no Jornal de Notícias?”, elaborámos as hipóteses sobre as quais nos iremos debruçar ao longo do relatório. As hipóteses formuladas são:

H: Supomos que há relação entre a política editorial e o tratamento noticioso, de tal forma que alterações na política editorial produzem mudanças no tratamento noticioso.

Esta hipótese geral está relacionada com as escolhas que estão inerentes ao modo como são produzidas as notícias, partindo do princípio que são visíveis diferenças no tratamento dos assuntos após a mudança de direção, ou seja, cada chefia define a sua própria política editorial – os valores por que se orienta (daí as sub-hipóteses que formulamos).

H1: As notícias correspondem ao género jornalístico mais presente em cada edição, não havendo alteração relativamente ao género privilegiado após a mudança de direção.

Esta primeira sub-hipótese reflete sobre o modo como os assuntos são tratados e publicados em cada edição, partindo da ideia de que o JN como um jornal diário que prima por informar os seus leitores aposta fundamentalmente

nas notícias como o formato jornalístico mais informativo, que implica textos menos longos e mais fáceis de ler.

H2: As notícias ocupam uma dimensão considerável na página, sendo normalmente acompanhadas por fotografia, mantendo-se este formato com a alteração da direção.

Decorrente da primeira ideia, formulamos esta segunda sub-hipótese, considerando que, para cumprir com a sua orientação de jornal informativo, as notícias ocupam um espaço considerável em cada edição (normalmente meia página), de modo a que seja possível fornecer aos leitores dados suficientes para compreender os assuntos abordados. Adicionalmente, consideramos que o acompanhamento de fotografia é uma tendência recorrente do JN, de modo a facultar dados adicionais à informação fornecida nos textos, para além de ser uma marca da presença do jornalista no local.

H3: A política local tende a ser um dos assuntos mais retratados no jornal, mantendo-se este tratamento com a alteração da política editorial.

H4: Há uma tendência crescente para destacar temas ‘sociais’ após a alteração da política editorial.

Definimos duas sub-hipóteses quanto aos temas/assuntos mais retratados no jornal, em parte muito relacionadas também com o tipo de fontes auscultadas, nomeadamente de que a política local é um dos assuntos mais abordados por este diário, assim como há uma tendência para dar mais destaque aos acontecimentos que envolvem o lado social (assuntos mais pessoais), que fazem jus à sua aposta na proximidade com os leitores.

H5: É notória uma proximidade à região Norte do país, sendo esta mais evidente com a mudança de direção.

Atendendo à sua aposta na informação local, defendemos com esta sub-hipótese a ideia de que as notícias espelham uma proximidade à região Norte do país. Assim, consideramos que as cidades mais retratadas correspondem àquelas que se situam mais próximas da redação do jornal, havendo com a alteração da política editorial uma maior representação dos locais mais próximos.

De igual modo, também fazemos aqui referência aos valores-notícia valorizados na altura de selecionar os assuntos a serem tornados públicos. A partir da apresentação do JN como um jornal do Norte, que prima pela relação

com os leitores, consideramos que a proximidade é um dos valores-notícia mais valorizados pelo jornal, sendo mais considerado após a mudança de direção.

Consequentemente, dada a preocupação com os leitores, consideramos que o Jornal de Notícias tende, cada vez mais, a dar voz aos cidadãos do Porto, uma vez que esta também faz parte da orientação da publicação firmar a proximidade com os leitores onde está sediada a sua sede.

H6: As fontes ligadas ao poder institucional continuam a ser frequentemente consultadas pelo jornal com a nova direção.

Decorrente do que vêm afirmando vários autores, estipulamos como sexta sub-hipótese que as fontes ligadas a organismos oficiais (elites) são uma escolha frequente na redação das notícias do jornal.

H7: O tom informal é pouco característico das notícias, registando-se um aumento com a alteração da política editorial.

Partindo da ideia que a maioria das notícias é construída com fontes oficiais, consideramos que o tom formal é o mais característico do discurso jornalístico. Consequentemente, o tom informal é aquele que, por sua vez, é menos frequente, estando mais associado a um discurso mais social e próximo dos cidadãos. Assim sendo, supomos que este aumente com a mudança de direção e aplicação da nova política editorial que prima pela proximidade e cumplicidade com os leitores.

No final, através da análise das notícias do ‘Porto’, procuraremos aferir a veracidade ou não das hipóteses formuladas.

1.1) Aplicação de um quadro de análise – categorização das notícias

Neste momento, torna-se pertinente a elaboração de um esquema que nos permita “catalogar” todos os conceitos relevantes para compreender o fenómeno em estudo. Assim, definimos os seguintes conceitos chave para o nosso relatório: ‘política editorial’ e ‘tratamento noticioso’.

Aqui consideramos como variável independente a política editorial e como variável dependente o tratamento noticioso, partindo da ideia que a construção das notícias está dependente das escolhas da política editorial definida pelas chefias do jornal. Assim, para o conceito ‘tratamento noticioso’ elaboramos as seguintes

dimensões: género jornalístico, espaço na página, fotografia, assunto/tema, local de cobertura, valores-notícia, fontes de informação e tipo de discurso.

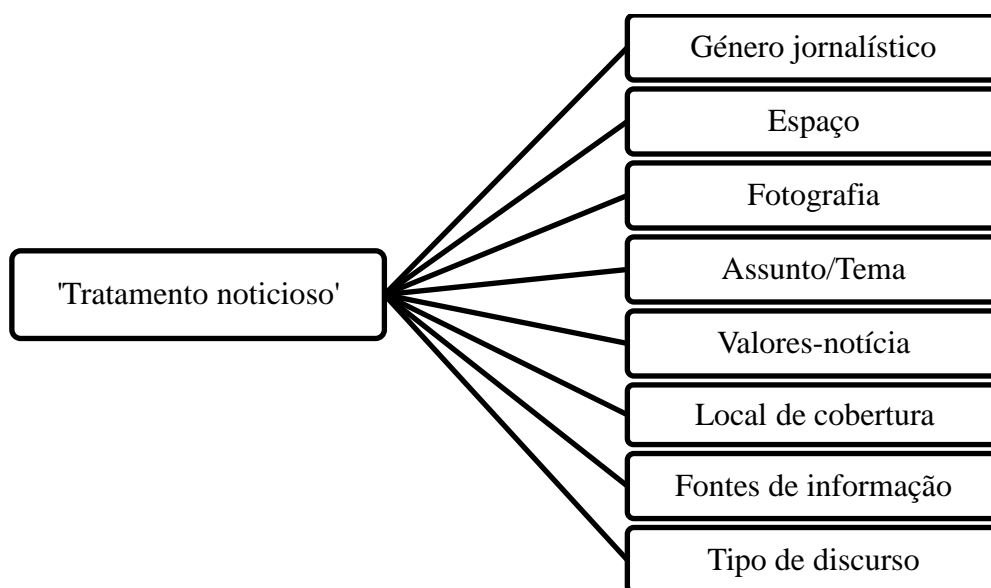


Ilustração 1 – Dimensões da variável 'tratamento noticioso'

A partir destes elementos consideramos ser possível perceber o tratamento jornalístico dos assuntos abordados no jornal, conhecendo o que é valorizado e desvalorizado. No fundo, estes indicadores permitem dar conta dos traços gerais da sua política editorial, uma vez que consideramos que são elementos que permitem diferenciar o enquadramento das notícias de cada jornal.

Primeiramente, as notícias serão distinguidas por **'género jornalístico'** e respetivos indicadores: notícia, reportagem, entrevista, no sentido de perceber o destaque que é concedido a determinado assunto, partindo do pressuposto de que a elaboração de uma reportagem ou uma entrevista sobre um tema induz uma maior importância atribuída pelo jornal, que se reflete na sua melhor contextualização. Aqui não serão consideradas as breves nem as foto-notícias para análise.

Em complemento desta dimensão, consideramos pertinente caracterizar o nosso objeto de estudo em termos do **'espaço'** que o texto ocupa na página, definindo cada notícia em curta, média ou longa. As notícias longas serão aquelas que ocupam mais de meia página do jornal, enquanto que a classificação de média será atribuída àquelas que ocupam até meia página. Por sua vez, consideramos notícias curtas as que não apresentem mais de três parágrafos de texto. Adicionalmente, aqui também olharemos para a **'fotografia'** que possa acompanhar o texto, sendo avaliada tendo em conta a sua

extensão – definida pelo número de colunas de texto. Tais elementos dar-nos-ão conta de quais as notícias que foram merecedoras de mais tempo e recursos despendidos.

Para perceber quais as matérias que são mais abordadas pela secção ‘Porto’, torna-se importante qualificar as notícias em termos do ‘**assunto/tema**’. Nesta caracterização, seguimos a grelha de Leite (2009) baseada na proposta de Felisbela Lopes (ver anexo 6), que define os seguintes indicadores: Política de Estado, Política partidária, Política local, Política Internacional, Áreas estruturais, Questões Internacionais, Macroeconomia, Agricultura/Indústria, Questões locais, Educação, Saúde, Justiça, Forças policiais/ Forças militares/ Proteção civil, Religião/ Crenças, Manifestação cultural, Ciência e Inovação, Ambiente, Media, Microeconomia, Trabalho/ Sindicatos, Casos de polícia, Acidentes, Problemas sociais, Greves/ Protestos, Solidariedade, Emigração/ Imigração, Turismo/ Gastronomia, Lazer, Desporto, Infância e Juventude, Sexualidade/ Vida de casal, Terceira idade, Questões de género, Moda/ Beleza e Outros. Esta distinção dá referências relevantes para entender qual a política seguida pelo Jornal de Notícias, aquando da definição da agenda para cada edição, procurando perceber quais os temas locais que mais sobressaem no Jornal de Notícias. Deste modo, através destes indicadores poderemos responder às nossas sub-hipóteses, isto é, se “A política local tende a ser um dos assuntos mais retratados no jornal” e se “Há uma tendência crescente para destacar temas ‘sociais’ após a alteração da política editorial”.

As escolhas inerentes à definição da agenda estão dependentes dos ‘**valores-notícia**’ valorizados pelo jornal, daí fazer sentido neste ponto avaliar quais os que estão presentes em cada uma das notícias seleccionadas, o que permite, deste modo, inferir quais os traços gerais da política editorial do jornal. Assim, classificaremos as notícias pelos seguintes indicadores: importância (dependente do nível hierárquico dos envolvidos e do impacto do acontecimento para os indivíduos), proximidade (prioridade a acontecimentos de cidades vizinhas ou assuntos próximos do ponto de vista das relações – afinidade cultural), entretenimento (histórias insólitas, que respondam à curiosidade do público, assim como exemplos de vida complicados), conflito (acontecimentos polémicos, de discórdia e violência), negatividade (aplica-se a situações de rutura, como acidentes, incêndios, desastres naturais...), atualidade (assuntos que estejam na ordem do dia) e raridade (acontecimentos que quebram a rotina, inesperados). Esta classificação baseia-se nas várias listas propostas pelos autores em estudo. Tal como no indicador ‘local’, também procuraremos perceber se,

como se verificou em algumas investigações e tendo por base a referência do Jornal de Notícias como um jornal popular, há uma aposta crescente nos assuntos da proximidade. Assim, procuraremos testar a nossa hipótese “É notória uma proximidade à região Norte do país, sendo esta mais evidente com a mudança de direção”, procurando, assim, perceber se a proximidade é um dos valores-notícia mais valorizados pelo jornal na seleção dos assuntos.

Em paralelo, estará em análise o **‘local de cobertura’** de cada acontecimento, para verificar se existe a tendência de, como referem alguns estudos, tratar os assuntos dos lugares geograficamente mais próximos da redação, no fundo avaliar a influência da posição geográfica sobre o jornal. Para além disso, também será possível verificar se o jornal aposta numa política de proximidade com o seu público. Pretendemos, assim, testar a nossa sub-hipótese: “É notória uma proximidade à região do Norte do país, sendo esta mais evidente com a mudança de direção”, verificando se as cidades mais retratadas correspondem àquelas que se situam mais próximas da redação do jornal. Aqui, teremos em conta os concelhos definidos pelo jornal como fazendo parte do ‘Porto’: Amarante, Arouca, Baião, Castelo de Paiva, Espinho, Felgueiras, Gondomar, Lousada, Oliveira de Azeméis, Ovar, Maia, Marco de Canaveses, Matosinhos, Paços de Ferreira, Penafiel, Porto, Póvoa do Varzim, Santa Maria da Feira, São João da Madeira, Santo Tirso, Trofa, Valongo, Vale de Cambra, Vila do Conde, Vila Nova de Gaia, Vila Nova de Famalicão (ver anexo 7) - integra cidades do Distrito do Porto e do Distrito de Aveiro a Norte.

Quanto ao modo de tratamento das notícias, iremos ainda prestar atenção às **‘fontes de informação’** auscultadas pelo jornal, se fontes especializadas nas diversas temáticas, fontes oficiais, ligadas a organismos políticos (como defendem vários autores), ou então se há uma preocupação em dar voz aos cidadãos do Porto, no sentido de dar a conhecer em que modo determinado acontecimento afeta as suas vidas. Assim sendo, será possível avaliar as nossas sub-hipóteses definidas quanto às fontes de informação: “As fontes ligadas ao poder continuam a ser frequentemente consultadas pelo jornal” e “É notória uma proximidade à região Norte do país, sendo esta mais evidente com a mudança de direção”, procurando na segunda verificar se o JN tende a dar voz ao cidadão do Porto, firmando a proximidade à região. Nesta dimensão também iremos caracterizar as notícias tendo em conta os indicadores documentos e outros media.

A análise ao ‘**tipo de discurso**’ estará relacionado com o tipo de fonte consultada, pretendendo aqui evidenciar qual o tom predominante das notícias, se um discurso mais formal/oficial ou mais informal. Ou seja, verificar se o tom mais formal está relacionado com as fontes mais especializadas e ligadas a organismos oficiais.

Após esta categorização, pretendemos averiguar a existência ou não de uma relação entre o tratamento dos assuntos do ‘Porto’ e a política editorial do jornal e, se de algum modo, se verifica uma diferença no conteúdo da secção resultante da influência da nova direção.

2- Definição dos métodos de recolha e análise dos dados

Como em todas as investigações, o tipo de metodologia usada determina o resultado final do projeto, bem como o alcance dos objetivos estabelecidos. Assim sendo, para responder à nossa questão de partida: “Até que ponto a política editorial tem implicações no tratamento noticioso das notícias?”, definimos como *corpus* de análise o Jornal de Notícias, jornal diário nacional onde decorreu o estágio, pelo que a recolha dos dados incidirá sobre quatro semanas (de segunda-feira a domingo), o que corresponde a 28 edições, visto considerarmos ser um período de tempo adequado para que seja possível perceber indícios de tendências quanto ao modo de tratamento.

Como o nosso intuito é perceber se existe alguma diferença no modo de cobertura e tratamento dos assuntos do ‘Porto’ após a tomada de posse da nova direção a 2 de junho de 2011, serão analisadas duas semanas antes (16 de maio a 29 de maio de 2011) e duas após esta mudança (15 de agosto a 28 de agosto de 2011), que faz um total de 287 artigos – 152 artigos nas primeiras duas semanas e 135 artigos nas últimas duas semanas. Aqui optámos por escolher duas semanas passados dois meses, visto alguns aspetos decorrentes da mudança demorarem a concretizar-se, sendo alguns perceptíveis ainda muito mais tarde.

Primeiramente, a pesquisa terá um carácter mais abrangente, englobando uma análise de cada edição, em que, de entre o total de notícias, iremos selecionar e contabilizar somente aquelas que correspondem à secção do ‘Porto’. Esta primeira distinção poderá já ser indicadora da importância concedida pelo jornal a esta secção, visto que nos dá elementos comparativos do espaço que o Jornal de Notícias consagra ao ‘Porto’, relativamente às outras secções do diário. Adicionalmente, será realizada

uma entrevista ao subdiretor do jornal e ao responsável pela secção ‘Porto’, para recolher informações sobre os critérios que estão inerentes à escolha e tratamento dos assuntos locais.

Os dados recolhidos nas notícias e entrevistas serão, posteriormente, submetidos a uma análise de conteúdo. Consideramos este método de análise dos dados o mais adequado à nossa questão de partida, visto que corresponde a “um conjunto de técnicas de análise das comunicações que utiliza procedimentos sistemáticos e objectivos de descrição do conteúdo das mensagens” (Bardin, 2009: 40). Mas como acrescenta a autora, “o interesse não está na descrição dos conteúdos, mas sim no que estes nos poderão ensinar após serem tratados (por classificação, por exemplo) relativamente a «outras coisas»” (Bardin, 2009: 40). Tal é o que pretendemos com a nossa análise: não ficar por uma mera descrição do conteúdo das notícias, mas sim procurar explicar as escolhas do Jornal de Notícias quanto ao tratamento dos assuntos do ‘Porto’, focando atenção nas diferenças que possam existir entre os dois períodos analisados. Assim, após a descrição das características das notícias em análise, segue-se a sua interpretação, que exige um processo de inferência (Bardin, 2009: 41).

Como refere Moraes (1999: 13), “uma boa análise de conteúdo não deve limitar-se à descrição”, ou seja, “é importante que procure ir além, atingir uma compreensão mais aprofundada do conteúdo das mensagens através da inferência e interpretação”. Como acrescenta a autora, este método, “conduzindo a descrições sistemáticas, qualitativas ou quantitativas, ajuda a reinterpretar as mensagens e a atingir uma compreensão de seus significados num nível que vai além de uma leitura comum”. Na mesma linha de pensamento, Krippendorff (1980) (cit. por Vala, 1986: 103), defende que a análise do conteúdo “permite fazer inferências, válidas e replicáveis, dos dados para o seu contexto” permitindo compreender os critérios que estão inerentes ao modo de atuação do jornal.

Como complementam Quivy & Campenhoudt (1992: 224), a análise de conteúdo permite retirar informações sobre “a escolha dos termos utilizados pelo locutor, a sua frequência e o seu modo de disposição, a construção do «discurso» e o seu desenvolvimento”, a partir das quais se pode “construir um conhecimento”. Segundo Pardal & Correia (1995: 73), a análise de conteúdo é indicada para a “captação de ideias e de significações de comunicação, «eventualmente» sobre «as condições teórico-ideológicas de produção» (Almeida e Pinto, 1976:96) daquela”. Deste modo, é nossa intenção não analisar só o conteúdo manifesto, mas também o conteúdo latente, para

captar sentidos implícitos (Moraes, 1999). Este método torna-se também vantajoso pelo facto de “funcionar como uma técnica não-obstrutiva”, ao “exercer-se sobre material que não foi produzido com o fim de servir a investigação” (Vala, 1986: 106-107).

2.1) Método complementar

Para complementar esta análise e recolher o máximo de informações sobre o modo de tratamento dos assuntos do ‘Porto’, consideramos vantajoso realizar uma entrevista (ver anexo 8) com o subdiretor do Jornal de Notícias e o editor da secção do ‘Porto’. A intenção inicial era entrevistar o diretor do jornal, mas dada a sua indisponibilidade para conceder a entrevista, optámos por entrevistar o subdirector, uma das pessoas também conhecedora da política editorial do JN. O tipo de perguntas colocadas teve por base a política editorial definida pelo jornal e os resultados obtidos na primeira fase de análise das notícias, de modo a que fosse possível confrontar os entrevistados com os resultados obtidos. O objetivo foi o de verificar se poderemos ou não afirmar que a linha editorial do Jornal de Notícias é determinada pela direção do diário, decorrente das possíveis diferenças que possam ser notadas quanto ao tratamento dos assuntos, focando especial atenção às questões do jornalismo de proximidade, um dos focos centrais desta investigação.

Segundo Quivy e Campenhoudt (1992: 192), a entrevista é “um método de recolha de informações, no sentido rico da expressão”, ao permitir retirar informações muito valiosas para reflexão.

“Instaura-se assim, em princípio, uma verdadeira troca, durante a qual o interlocutor do investigador exprime as suas percepções de um acontecimento ou de uma situação, as suas interpretações ou as suas experiências, ao passo que, através das suas perguntas abertas e das suas reacções, o investigador facilita essa expressão, evita que ela se afaste dos objectivos da investigação e permite o seu interlocutor aceda a um grau máximo de autenticidade e de profundidade”

(Quivy e Campenhoudt, 1992: 193).

Como acrescentam os autores, a entrevista é adequada à “análise do sentido que os autores dão às suas práticas e aos acontecimentos com os quais se vêm confrontados: os seus sistemas de valores, as suas referências normativas” (Quivy e Campenhoudt, 1992: 193).

Como referem Boni & Quaresma (2005: 72), a entrevista é o método adequado para recolher dados subjetivos, relacionados com os valores, atitudes e opiniões dos

entrevistados. De acordo com Fraser & Gondim (2004: 139), consiste numa modalidade de interação entre duas pessoas, “que valoriza o uso da palavra, símbolo e signo privilegiados das relações humanas, por meio da qual os actores sociais constroem e procuram dar sentido à realidade que os cerca (Flick, 2002; Jovechlovitch & Bauer, 2002)”. Ao privilegiar a fala dos interlocutores, permite recolher as opiniões e significados que as pessoas atribuem a si e ao mundo que os rodeia.

“Deste modo, a entrevista dá voz ao interlocutor para que ele fale do que está acessível a sua mente no momento da interacção com o entrevistador e em um processo de influência mútua produz um discurso compartilhado pelos dois actores: pesquisador e participante”

(Fraser & Gondim, 2004: 140).

Trata-se, assim, de uma comunicação verbal que visa compreender os significados que os sujeitos atribuem a determinados aspetos da realidade, no fundo, “entender as motivações, os significados e os valores que sustentam as opiniões e as visões de mundo” (Fraser & Gondim, 2004: 146). Tal é que pretendemos ao entrevistar o subdiretor e o editor da secção ‘Porto’ do Jornal de Notícias, de modo a testar as hipóteses da nossa investigação.

Capítulo IV – Retrato da secção ‘Porto’ antes e após a mudança de direção

Dedicámos este quarto capítulo à análise da secção ‘Porto’ antes e após a mudança de direção, procurando fazer um retrato do tratamento noticioso do Jornal de Notícias. Num primeiro momento, é apresentada a análise das notícias tendo em conta as várias dimensões definidas. O objetivo é perceber até que ponto a política editorial tem implicações no tratamento que é conferido aos assuntos publicados nesta secção. Posteriormente, fazemos uma breve alusão à visão das chefias do jornal, através das entrevistas realizadas ao subdiretor e ao responsável do noticiário regional. A ideia é confrontar os dados obtidos com as suas opiniões.

1- Secção ‘Porto’ em análise

Através da análise das notícias da secção ‘Porto’ procuraremos neste capítulo responder à questão de partida elaborada para esta investigação: “Até que ponto a política editorial tem implicações no tratamento noticioso das notícias?”, ou seja, “Até que ponto a mudança de Direção determina a forma como os assuntos do Grande Porto são retratados no Jornal de Notícias?”, e testar as hipóteses definidas. Assim, analisaremos os géneros jornalísticos, o espaço e fotografia, os temas mais abordados, os locais de cobertura, os valores-notícia valorizados, as fontes de informação citadas e o tom do discurso para fazer um retrato o mais fiel possível da secção, antes e após a mudança da direção, com o objetivo de perceber a influência da política editorial no tratamento noticioso.

1.1) O género jornalístico

Começámos por analisar o género jornalístico das notícias em análise, para perceber que formato do jornalismo informativo era mais utilizado: notícia, reportagem ou entrevista. De facto, como podemos comprovar através do quadro que se segue, o género notícia é o mais utilizado em ambos os períodos, com mais de 90%. No primeiro caso, em 152 artigos 142 são notícias, ao passo que no segundo em 135 artigos 126 são notícias. Desde já podemos responder afirmativamente à nossa sub-hipótese “As notícias correspondem ao género jornalístico mais presente em cada edição, não havendo alteração relativamente ao género privilegiado após a mudança de direção”.

Ao tratar-se de um jornal diário que aposta na informação atualizada para oferecer aos seus leitores é compreensível esta tendência, isto porque se a notícia não for publicada no dia em que decorre o acontecimento perde o seu carácter noticioso. Aliás, como foi possível comprovar durante o estágio, não publicar determinada notícia nesse dia podia significar perder a novidade para outro jornal concorrente: Correio da Manhã ou Público. Como descrevi no início do relatório, era prática diária dos jornalistas consultarem os outros jornais para verificar o que foi publicado.

Género jornalístico	Antes da mudança de direção (16-05-11 a 29-5-11)		Depois da mudança de direção (15-08-11 a 28-08-11)	
	Número	Porcentagem	Número	Porcentagem
Notícia	142	93%	126	94%
Reportagem	7	5%	6	4%
Entrevista	3	2%	3	2%
Total	152	100%	135	100%

Tabela 1- Géneros jornalísticos

Quanto ao género reportagem, podemos constatar que este só surge sete e seis vezes, respetivamente, nos períodos em análise, o que significa que não é o género preferencial para este diário. Adicionalmente, este género tem a particularidade de, por vezes, ser publicado posteriormente, por não perder a atualidade. Situações destas aconteceram muitas vezes durante o estágio a mim e a alguns jornalistas. Saíamos para o serviço e escrevíamos a notícia, mas depois esta era guardada para ser publicada no fim-de-semana (por ser um período fraco em notícias) ou então num dia em que a secção tivesse mais páginas.

Por sua vez, a entrevista é o género que surge menos vezes. Das três vezes que contabilizamos, trata-se de mini-entrevistas realizadas geralmente a especialistas como complemento das notícias, para uma melhor contextualização do acontecimento. Como podemos constatar, a entrevista é dos géneros menos utilizados pelo Jornal Notícias, quer antes e depois da mudança de direção, como formato de informação para os seus leitores.

Em suma, atendendo aos valores de mais de 90% de notícias nos períodos em análise, podemos dizer que os nossos dados parecem ir ao encontro da nossa sub-hipótese: “As notícias correspondem ao género jornalístico mais presente em cada edição, não havendo alteração relativamente ao género privilegiado após a mudança de direção”. As notícias são, assim, o género jornalístico mais utilizado por melhor responder ao carácter informativo do jornal.

1.2) Espaço das notícias

Quanto ao espaço das notícias também não é significativa a diferença entre os dois períodos em análise, com um número elevado de artigos de dimensão média, ou seja, que ocupam até meia página, contabilizando-se 98 notícias antes e 82 depois da mudança de direção. Pode-se dizer que o JN aposta em grande quantidade de notícias, notando-se alguma preocupação em elaborar textos com a extensão de uma página, destacando assuntos que considera importantes para os seus leitores. No período antes da mudança da direção, o jornal publicou 22 notícias longas, enquanto após esta fase se contam 26.

No quadro em análise também é verificável que são poucas as notícias curtas publicadas, sendo muitas vezes espaço para anunciar eventos que se vão realizar ou noticiar acontecimentos de cidades não tão próximas do Porto, com pouca implicação para todos os leitores do jornal. São geralmente notícias que não são acompanhadas por fotografia e, muitas vezes, produzidas a partir de *press realeses* ou notícias da agência Lusa.

Espaço das notícias		Antes da mudança de direção (16-05-11 a 29-5-11)		Depois da mudança de direção (15-08-11 a 28-08-11)	
		Número	Percentagem	Número	Percentagem
	Curta	32	21%	27	20%
	Média	98	64%	82	61%
	Longa	22	15%	26	19%
	Total	152	100%	135	100%

Tabela 2 - Extensão das notícias

Resumindo, atendendo ao espaço que as notícias ocupam no jornal podemos comprovar que é uma forte tendência do jornal optar por artigos com uma dimensão média, em que seja possível fornecer dados suficientes para compreender o assunto publicado, o que vai ao encontro da nossa segunda sub-hipótese: “As notícias ocupam uma dimensão considerável na página, sendo normalmente acompanhadas por fotografia, mantendo-se este formato com a alteração da direção”.

1.3) Recurso a fotografias

Atendendo à utilização de fotografias nos dois períodos, podemos dizer que o Jornal de Notícias aposta em fazer acompanhar as notícias por imagens da situação retratada no texto. Como aconteceu durante o meu estágio, na maioria dos serviços os

jornalistas são acompanhados pelos repórteres fotográficos, sendo muito valorizadas as fotografias na hora de edição das páginas dos jornais. No fundo, as fotografias acabam por ser uma prova real de que o jornalista esteve no local a fazer o seu trabalho, acabando por contribuir com esta proximidade que o jornal procura criar com os seus leitores.

Recordo-me de que quando surgia um serviço inesperado era uma preocupação constante dos meus editores contactar os fotógrafos disponíveis para acompanhar o jornalista destacado para sair. Na maior parte dos casos, os artigos sem fotografia correspondem às notícias curtas que se fazem na redação a partir dos *press realeses*, e por isso, merecedores de menos destaque no jornal.

Fotografia		Antes da mudança de direção (16-05-11 a 29-5-11)		Depois da mudança de direção (15-08-11 a 28-08-11)	
		Número	Percentagem	Número	Percentagem
	Artigos com fotografia	106	70%	93	69%
	Artigos sem fotografia	46	30%	42	31%
	Total	152	100%	135	100%

Tabela 3 - Recurso a fotografia

Quanto ao espaço que essas fotografias ocupam no jornal, destaca-se a supremacia das fotografias a duas colunas, com 76 no primeiro período e 80 no segundo (mais de 50%), logo seguidas das fotografias a uma coluna, que representam mais de 20% nos dois casos. Tais números são indicativos da preocupação do jornal em fazer acompanhar o texto por imagens, o que por vezes leva a optar por fotografias de menor dimensão devido à falta de espaço.

Assim, poder-se-á dizer que a lógica deste diário passa pela preferência de ilustrar os textos com fotografia, mesmo que de pequena dimensão. Como referia Fernando Correia (200: 171), a fotografia é significado de maior importância desse acontecimento para o órgão de comunicação. Em muitos casos, é dado maior cuidado ao texto, para fornecer ao leitor todos os elementos informativos sobre o assunto noticiado, mas nunca renegando a fotografia.

Fotografia		Antes da mudança de direção (16-05-11 a 29-5-11)		Depois da mudança de direção (15-08-11 a 28-08-11)	
		Número	Percentagem	Número	Percentagem
	A uma coluna	39	26%	31	21%
	A duas colunas	76	50%	80	53%
	A três colunas	19	12%	24	16%

A quatro colunas	16	11%	12	8%
A cinco colunas	0	0%	3	2%
A seis colunas	1	1%	0	0%
Total	151	100%	150	100%

Tabela 4 - Extensão das fotografias

Como podemos comprovar pelo quadro em análise, as fotografias a três e quatro colunas apresentam um valor menos expressivo na totalidade das imagens, com pouco mais de dez por cento. Quanto a estas dimensões pode dizer-se que a opção do jornal passa, muitas vezes, por fazer uma montagem de algumas notícias de duas, três ou quatro colunas, em vez de uma só imagem, menos representativa do que se pretende noticiar. De igual modo, as fotografias a cinco e seis colunas são uma raridade, sendo mais utilizadas nas notícias longas.

Com base nos dados referentes ao recurso a fotografias pelo JN, podemos responder afirmativamente à nossa sub-hipótese: “As notícias ocupam uma dimensão considerável na página, sendo normalmente acompanhadas por fotografia, mantendo-se este formato com a alteração da direção”. De facto, em ambos os períodos, mais de 50% nas notícias em análise são acompanhadas por fotografia, normalmente a duas colunas, elemento aqui considerado como um complemento informativo importante. O tratamento noticioso que aqui é dado revela muito da política editorial seguida pelo jornal.

1.4) *Temas mais abordados*

Neste tópico pretendemos perceber quais os assuntos/temas mais abordados e merecedores de maior destaque pelo jornal antes e após a mudança de direção, com o intuito de verificar se há uma alteração na definição da agenda quanto aos acontecimentos que são noticiados. Temos ainda o objetivo de responder às nossas hipóteses, nomeadamente se a política local é ainda um assunto muito retratado e se os temas que dizem respeito aos cidadãos da região têm um espaço cada vez maior nas páginas do JN, mais concretamente após a tomada de posse da recente direção, visto serem estes alguns dos pontos-chave da nova liderança.

No período de 16 a 29 de maio de 2011, podemos constatar que a temática Acidentes predomina com 47 notícias, o que representa 31% da totalidade dos artigos, sendo aqui visível o que vários autores têm constatado, de que os acontecimentos negativos são noticiados preferencialmente em relação a outros assuntos, pelas

consequências que provocam nas pessoas, acabando por ser garantia de atração da atenção do público. Seguidamente surgem os temas sobre política local, Manifestações culturais e Questões locais com 22, 21 e 15 notícias, respetivamente. Trata-se de acontecimentos que aqui representam mais de 10% dos assuntos noticiados e que estão relacionados com o que se passa na região.

Com 9 notícias surgem os temas Saúde e Greves/ protestos, seguidos da temática da Solidariedade com 6 artigos. Os restantes surgem com menos de 5 referências, o que pode ser explicado dada a diversidade da secção, que pretende dar conta de todos os acontecimentos que digam respeito à região, para além de muitos assuntos serem integrados em outras secções do jornal em estudo.

	Antes da mudança de direção (16-05-11 a 29-5-11)		Depois da mudança de direção (15-08-11 a 28-08-11)	
	Número	Percentagem	Número	Percentagem
Política de Estado				
Política partidária				
Política local	22	15%	35	26%
Política internacional				
Áreas estruturais				
Questões internacionais				
Macroeconomia				
Agricultura/ Indústria				
Questões locais	15	10%	20	15%
Educação				
Saúde	9	6%	4	3%
Justiça	2	1%	1	1%
Forças policiais/ Forças militares/ Proteção Civil	5	3%		
Religião/ Crenças	2	1%	4	3%
Manifestação cultural	21	14%	25	18%
Ciência e Inovação				
Ambiente	5	3%	4	3%
Media			2	1%
Microeconomia			5	4%
Trabalho/ Sindicatos	5	3%	9	7%
Casos de polícia				
Acidentes	47	31%	16	12%
Problemas sociais	1	1%	2	1%
Greves/ Protestos	9	6%		
Solidariedade	6	4%	6	4%
Emigração/ Imigração	1	1%	1	1%
Turismo/ Gastronomia	2	1%	1	1%
Lazer				
Desporto				

	Infância e Juventude				
	Sexualidade/ Vida de casal				
	Terceira idade				
	Questões de gênero				
	Moda/ Beleza				
	Outros				
	Total	152	100%	135	100%

Tabela 5 - Assuntos/ temas abordados

Por sua vez, no segundo período em análise, estes são os temas mais abordados pelo JN, com o domínio da Política local com 35 notícias, ou seja, 26% dos artigos. Aqui, a temática das Manifestações culturais contabiliza 25 notícias (18%), enquanto as Questões locais aparecem em terceiro lugar com 20 notícias (15%). Como podemos constatar pelo quadro que se segue, há uma inversão na posição da temática acidentes, surgindo esta com 16 artigos, somente 12% da totalidade das notícias em análise. Tal pode ser explicado pela maior preocupação da nova direção em noticiar assuntos considerados mais próximos da região, optando por temas mais ligados à política local questões locais e manifestações culturais.

No caso da política local, este é um tema muito abordado pelo JN, por se debruçar nas medidas autárquicas que afetam a vida do público, sendo consequentemente notícia a oposição dos partidos políticos. Neste momento, estamos em condições de responder afirmativamente à nossa sub-hipótese: “A política local tende a ser um dos assuntos mais retratados no jornal, mantendo-se este tratamento com a alteração da política editorial”. Aqui, convém referenciar a influência das fontes de informação na definição da agenda do JN, muitas vezes marcada pela força que os assessores das autarquias exercem sobre os jornalistas. Como defende Neveu (2005: 98), o que é publicado nos media deixou de ser somente definido pelos media com a profissionalização das fontes, reconhecendo esta ligação com as fontes políticas, principalmente quando falamos num jornalismo local e de proximidade.

Também as Manifestações culturais e Questões locais são outros dos temas que mais vezes surgem, o que pode significar a intenção do JN em noticiar assuntos mais relacionados com o lado social, isto é, que afetam a vida dos cidadãos. Assim sendo, podemos dizer que os dados vão ao encontro da nossa sub-hipótese: “Há uma tendência crescente para destacar temas ‘sociais’ após a alteração da política editorial”. Como fomos referindo ao longo do relatório, a definição dos assuntos a noticiar tem em conta

o público. Como refere Fontcuberta (1999: 42), na hora de escolher os acontecimentos os media têm a preocupação em atrair o público, daí que seja um critério do JN dar informações sobre os conteúdos que suscitem a atenção do público, fazendo dos interesses dos leitores os seus próprios interesses. Neste sentido, pode dizer-se que “os interesses do público, dos meios e da própria sociedade constroem a agenda, isto é, o conteúdo de cada meio” (Fontcuberta, 1999: 44).

Quanto aos outros temas que surgem com menor frequência, podemos destacar aqui também a solidariedade com 6 notícias e Trabalho/sindicatos que surge 8 vezes. Comparativamente ao outro período em análise, Microeconomia e Media são as temáticas que apenas surgem em agosto, apesar de serem poucas as notícias (cinco e duas, respetivamente). Deste modo, poder-se-á dizer que relativamente aos temas com menor referência não há grande discrepância antes e após a mudança de direção.

Assim sendo, no que diz respeito à temática das notícias no JN podemos dizer que a política local bem como os assuntos relacionados com os cidadãos correspondem aos mais retratados em cada edição, indo ao encontro das nossas duas sub-hipóteses: “A política local tende a ser um dos assuntos mais retratados no jornal, mantendo-se este tratamento com a alteração da política editorial” e “Há uma tendência crescente para destacar assuntos relacionados com os cidadãos da região, ou seja, é mais frequente retratar o lado social após a alteração da política editorial”.

1.5) *Os valores-notícia valorizados*

Quanto aos assuntos que são retratados, convém ainda analisar os valores-notícia presentes em cada uma das notícias, de modo a perceber o que faz notícia no JN e comprovar ou não se se trata de um jornal popular que prima pela proximidade com o público.

Esta é uma dimensão que se relaciona com a dimensão Temas/assuntos, daí que antes da mudança de direção o indicador Negatividade seja o valor-notícia dominante, aparecendo em 37 notícias, ou seja, 24%. Recorde-se que a temática Acidentes foi a que mais contabilizou notícias neste período, o que explica que a negatividade seja o fator que mais pesou na hora de escolher estes acontecimentos para serem tornados públicos. De facto, a negatividade é um dos valores-notícia mais citados pelos estudiosos, em virtude das consequências que trazem para as pessoas, fazendo, assim, jus à máxima dos jornalistas de que ‘uma má notícia é sempre uma boa notícia’.

Por sua vez, a Importância e a Atualidade são os valores-notícia mais valorizados neste período, surgindo em 26 e 25 notícias, respectivamente. Aqui, está claramente em causa o papel dos meios de comunicação, que consiste em informar o público, ou seja, dar a conhecer o que é novidade e traz consequências para as suas vidas. Como refere McQuail (1996: 68), é preocupação dos órgãos de comunicação servir o interesse público. A Proximidade surge com 23 notícias e o Conflito com 21 referências, seguidos dos valores-notícia Entretenimento e Raridade com 10 notícias.

Valores-notícia		Antes da mudança de direção (16-05-11 a 29-5-11)		Depois da mudança de direção (15-08-11 a 28-08-11)	
		Número	Porcentagem	Número	Porcentagem
	Importância	26	17%	23	17%
Proximidade	23	15%	33	24%	
Entretenimento	10	7%	19	14%	
Conflito	21	14%	9	7%	
Negatividade	37	24%	17	13%	
Atualidade	25	16%	28	21%	
Raridade	10	7%	6	4%	
Total	152	100%	135	100%	

Tabela 6 - Valores-notícia valorizados

Comparando com o período de 15 a 28 de agosto de 2011, podemos dizer que a Proximidade domina com 33 notícias, ou seja, 24%, o mesmo valor que a Negatividade ocupava no período antes da mudança de direção. Tal pode significar uma alteração na definição da política editorial do jornal, apostando numa maior preocupação em noticiar os assuntos próximos da região. Atendendo aos valores do quadro que se segue podemos responder de forma positiva à nossa sub-hipótese: “É notória uma proximidade à região Norte do país, sendo esta mais evidente com a mudança de direção”, visto que a proximidade é um dos valores-notícia mais valorizados pelo jornal na seleção dos assuntos, após a mudança de direção. Como refere Camponez (2002: 114), a proximidade é um dos valores-notícia utilizados como forma de atrair o público, visto que o que interessa ao público é ter conhecimento da realidade que o rodeia. Estes resultados vão ao encontro do que Manuel Tavares, novo diretor do JN, afirmou na tomada de posse - uma ligação mais estreita à região Norte do país.

Quanto aos restantes indicadores, continua a prevalecer uma aposta nos valores-notícia da Atualidade e Importância, com 28 e 23 notícias, respectivamente – valores que também vão ao encontro da intenção do jornal de praticar “um jornalismo que coloca

como protagonista o interesse dos leitores” (Jornal de Notícias, 2008¹¹) e que podemos considerar próximos do valor-notícia Proximidade. A Negatividade e o Conflito surgem menos vezes neste período, ganhando mais espaço o Entretenimento (14%), presente através de histórias insólitas ou exemplos de vida complicados. Convém aqui reter mais atenção sobre esta opção do JN por assuntos de entretenimento, questionando se deverá ser este o papel de um jornal diário que prima pelo rigor informativo, ou não será antes uma estratégia editorial para fazer frente à crise económica que também se alastra à Imprensa em Portugal. Esta aproximação ao lado social pode também ser encarada como um meio de estabelecer uma maior cumplicidade com os leitores. Por fim, a Raridade é igualmente o indicador com menos notícias (4%).

Resumindo, após a mudança de direção verificou-se um aumento significativo do valor-notícia da proximidade, subindo quase para o dobro, como critério mais valorizado pelo jornal na seleção dos assuntos a noticiar. Assim a nossa sub-hipótese sobre os valores-notícia também parece apontar no mesmo sentido dos nossos dados: “É notória uma proximidade à região Norte do país, sendo esta mais evidente com a mudança de direção”.

1.6) *Os locais de cobertura*

No que concerne à dimensão ‘local de cobertura’, o objetivo é verificar se são abordados os acontecimentos geograficamente mais próximos da redação do JN, como constataram outros autores quanto à tendência de alguns meios de comunicação social.

Em maio, o Porto é o concelho que domina com 61 notícias, o que representa 39% da totalidade dos artigos. Em segundo lugar surge Vila Nova de Gaia com 22 notícias, logo seguida de Matosinhos com 15 artigos. Através da minha experiência de estágio, pode dizer-se que estes eram os três concelhos que mais serviços proporcionavam. A Póvoa do Varzim surge com 11 notícias, Vila do Conde e Vila Nova de Famalicão com 7 artigos e Santa Maria da Feira contabilizando 6 referências. Concelhos mais distantes como os de Amarante, Baião, Felgueiras e Lousada não contabilizam qualquer notícia.

¹¹Informação retirada de [<http://www.jn.pt/info/quemsomos.aspx>]

Loca l de cobertura	Antes da mudança de direção (16-05-11 a 29-5-11)		Depois da mudança de direção (15-08-11 a 28-08-11)	
	Número	Porcentagem	Número	Porcentagem
	Amarante			
Arouca				
Baião				
Castelo de Paiva	1	1%		
Espinho	2	1%		
Felgueiras				
Gondomar	4	3%	5	4%
Lousada				
Oliveira de Azeméis	3	2%	1	1%
Ovar	3	2%		
Maia	3	2%	7	5%
Marco de Canaveses	2	1%		
Matosinhos	15	9%	6	4%
Paços de Ferreira	1	1%		
Paredes	2	1%		
Penafiel	2	1%	1	1%
Porto	61	39%	51	38%
Póvoa do Varzim	11	7%	12	9%
Santa Maria da Feira	6	4%	6	4%
São João da Madeira	1	1%		
Santo Tirso			4	3%
Trofa	2	1%	4	3%
Valongo	3	2%	5	4%
Vale de Cambra				
Vila do Conde	7	4%	9	7%
Vila Nova de Gaia	22	14%	24	17%
Vila Nova de Famalicão	7	4%		
Total	158*	100%	135	100%

*Em maio, em vez de 152 cidades (são 152 notícias) aparecem 158, visto que existem notícias com referência a mais do que uma cidade.

Tabela 7 - Local de cobertura

Atendendo ao mês de agosto, podemos encontrar um cenário semelhante. O Porto volta a dominar a lista com 51 notícias (38%). Aqui, pode comprovar-se que a proximidade à redação é um fator que os jornalistas têm em conta na seleção dos acontecimentos a noticiar, visto que facilita a deslocação para os locais de cobertura. Vila Nova de Gaia continua em segundo lugar com 24 notícias, o que representa 17%. O concelho da Póvoa do Varzim e de Vila do Conde voltam a ter destaque com 12 e 9 notícias, respetivamente. Esta valorização pode também ser explicada pela presença de

correspondentes da secção nestes locais. Logo de seguida, surgem a Maia com 7 notícias, Matosinhos com 6 artigos e Gondomar e Valongo com 5 cada um.

Olhando para o mapa que integra os concelhos que fazem notícia na secção ‘Porto’ (ver anexo 7), podemos dizer que também neste ponto os nossos dados vão ao encontro da nossa sub-hipótese. De facto, as cidades mais retratadas correspondem àquelas que se situam mais próximas da redação do jornal, havendo com a alteração da política editorial uma maior representação dos locais mais próximos. Podemos dizer que as notícias espelham uma proximidade à região Norte do país. Tal como no período anterior, os concelhos mais distantes não fazem notícia no JN, como Amarante, Baião, Arouca, Lousada, Marco de Canaveses e Felgueiras. Cidades também distantes como Paredes e Penafiel surgem apenas em 2 notícias, contabilizando também Paços de Ferreira apenas uma referência. Aqui, Santa Maria da Feira, do distrito de Aveiro, também aparece com destaque em 6 artigos por também ser um dos locais com correspondentes.

Através da tabela em análise, podemos dizer que é nítida a cobertura dos concelhos mais próximos da redação, havendo também um desequilíbrio na representação do ‘Porto’. Como refere João Mesquita (1997 cit. por Camponez, 2002: 107), apenas é necessário ver sobre que região se reportam os textos, para perceber onde está sediada a redação. Esta é, de facto, uma particularidade do jornalismo local, que se foca em informação próxima de todos, ou seja, há uma cobertura noticiosa de zonas particulares do país.

Neste caso, os dados também vão ao encontro da nossa sub-hipótese: “É notória uma proximidade à região do Norte do país, sendo esta mais evidente com a mudança de direção”, isto porque as cidades mais retratadas correspondem àquelas que se situam mais próximas da redação do jornal, havendo com a alteração da política editorial uma maior representação dos locais mais próximos. Atendendo aos períodos em análise, verifica-se uma grande noticiabilidade dos concelhos situados mais próximos da redação, surgindo com mais expressão Maia, Valongo e Gondomar – concelhos imediatamente adjacentes - para além dos três mais mediatizados neste e no primeiro período – Porto, Vila Nova de Gaia e Matosinhos. Aliás, convém aqui ressaltar um aspeto curioso, nomeadamente a subida do concelho da Maia e descida de Matosinhos após a mudança de direção, comparativamente ao mês de maio. Adicionalmente, os concelhos cobertos por correspondentes também são dos concelhos com mais expressão no jornal.

1.7) *As fontes de informação citadas*

Olhando para as fontes de informação, procurámos perceber quais os tipos de fontes mais consultadas pelos jornalistas do JN, ou seja, verificar quais os estratos da sociedade mais representados na secção ‘Porto’.

Começámos por verificar se o jornal em estudo tem tendência em referir sempre as suas fontes de informação. Quanto a esta questão podemos dizer que sim. Apenas 14 notícias, em ambos os períodos, surgem sem referência às fontes, o que pode ser indicador da preocupação dos profissionais em publicar notícias com credibilidade. De acordo com Herbert Gans (1979: 80 cit. por Santos, 1997: 32-33), as fontes são um “factor determinante para a qualidade da informação”, acabando, em muitos casos, por ser também uma questão de segurança para aos jornalistas. É importante que os jornalistas atribuam o discurso às fontes consultadas, protegendo-se assim de possíveis críticas como a subjetividade.

Fontes de informação	Antes da mudança de direção (16-05-11 a 29-5-11)		Depois da mudança de direção (15-08-11 a 28-08-11)	
	Número	Porcentagem	Número	Porcentagem
Com referência de fontes	138	91%	121	90%
Sem referência de fontes	14	9%	14	10%
Total	152	100%	135	100%

Tabela 8 - Fontes de informação nas notícias

Quanto ao tipo de fonte, é possível afirmar que há um desequilíbrio nas fontes citadas, realçando-se a hegemonia das fontes oficiais, com 156 notícias no primeiro período (61%) e 105 no segundo caso (56%), o que muito se deve à tendência de consultar os organismos responsáveis ou diretamente relacionados com os acontecimentos noticiados. O facto de a política local ser um dos temas mais retratados no jornal também concorre para explicar este valor elevado. No fundo, o facto de as notícias apresentarem sobretudo fontes oficiais ligadas ao poder, resulta também da maior disponibilidade em estas responderem às solicitações dos jornalistas.

Aqui, podemos já responder afirmativamente à nossa sub-hipótese: “As fontes ligadas ao poder institucional continuam a ser frequentemente consultadas pelo jornal com a nova direção”. Como refere Dalmaso (2002), as fontes oficiais são aquelas que preferencialmente estabelecem uma relação privilegiada com os jornalistas, ao

permitirem poupar tempo na verificação das informações, dando credibilidade ao discurso jornalístico.

O segundo tipo de fonte mais consultado são os cidadãos também nos dois períodos. Contudo, podemos constatar que, apesar de ser mínima a diferença, há uma maior consulta dos cidadãos em agosto, em compensação da menor consulta de fontes oficiais. Deste modo, podemos dizer que o Jornal de Notícias tende a dar mais espaço ao cidadão do Porto com a mudança da política editorial, respondendo positivamente à nossa sub-hipótese, resultante do aumento de notícias que dizem respeito à vida dos cidadãos: “É notória uma proximidade à região Norte do país, sendo esta mais evidente com a mudança de direção”. Tal situação pode ser vista como um entendimento que está cada vez mais presente nos meios de comunicação: o cidadão é visto como uma fonte com credibilidade. O jornalista nem sempre presencia os acontecimentos que notícia, daí que necessite de criar uma relação de confiança com o seu público para o procurar nestas situações.

Fontes de informação		Antes da mudança de direção (16-05-11 a 29-5-11)		Depois da mudança de direção (15-08-11 a 28-08-11)	
		Número	Porcentagem	Número	Porcentagem
Especializadas		20	8%	16	9%
Oficiais		156	61%	105	56%
Cidadãos		64	25%	55	29%
Documentos		9	4%	5	3%
Media		6	2%	5	3%
Total		255	100%	186	100%

Tabela 9 - Fontes de informação citadas

As fontes especializadas são o terceiro tipo de fonte que surge na nossa análise, sendo normalmente procuradas para contextualizar os assuntos ou dar indicações mais pormenorizadas que nem sempre as outras fontes estão à vontade para fornecer. Contudo, podemos dizer que este é um tipo de fonte que ainda não convenceu os órgãos de comunicação. Tal pode ser explicado pelo seu discurso muito técnico, nem sempre entendível pelo público do jornal.

Por fim, os documentos e os outros media são aquelas que menos vezes surgem no jornal, uma vez que estas podem ser entendidas como o primeiro passo para consultar outras fontes, recolhendo as informações necessárias em primeira mão com as pessoas diretamente envolvidas. Os profissionais de jornalismo não devem ficar pelas

informações que publicam os outros media, mas sim consultar as suas próprias fontes de informação.

Em suma, após a mudança de direção predomina a tendência de consulta de fontes oficiais, acompanhada por um aumento do número de cidadãos com voz nas notícias. Deste modo, podemos responder afirmativamente às sub-hipóteses: “As fontes ligadas ao poder institucional continuam a ser frequentemente consultadas pelo jornal com a nova direção” e “É notória uma proximidade à região Norte do país, sendo esta mais evidente com a mudança de direção”, em virtude do aumento do espaço concedido ao cidadão do Porto com a mudança da política editorial.

Dada a fraca pluralidade de vozes no JN, consideramos que seria vantajoso para o jornal acentuar a sua tendência em apostar na consulta do cidadão comum, assim como em fontes especializadas, que podem fornecer conteúdos mais informativos e sustentar com mais credibilidade o discurso jornalístico. Os jornalistas deveriam apostar por chamar à esfera pública aquelas fontes que tendencialmente não são procuradas, contribuindo para que os leitores possam ter opiniões mais diversificadas. Adicionalmente, é também importante contribuir para que, cada vez menos, algumas fontes permaneçam no silêncio, respeitando a pluralidade das fontes de informação no acesso aos meios de comunicação.

1.8) *Tom do discurso jornalístico*

Discurso	Antes da mudança de direção (16-05-11 a 29-5-11)		Depois da mudança de direção (15-08-11 a 28-08-11)	
	Número	Percentagem	Número	Percentagem
Tom formal	146	96%	119	88%
Tom informal	6	4%	16	12%
Total	152	100%	135	100%

Tabela 8 - Tom do discurso jornalístico

Quanto ao discurso jornalístico, o tom formal predomina na maioria das notícias, nos dois períodos, apesar de o valor ser mais elevado em maio (em 146 notícias, ou seja, 96%). No caso de agosto, das 135 notícias registam-se 119 com tom formal (88%) e 16 com tom informal (12%). Aqui, poder-se-á relacionar o tipo de tom com a fonte consultada. Como pudemos comprovar anteriormente prevalecem as fontes oficiais nas notícias, daí o discurso formal ser predominante.

Adicionalmente, este tom também é característico das fontes especializadas, estando o tom mais informal relacionado com os cidadãos. Contudo, a maioria das

notícias são construídas com mais de uma fonte de informação, o que pode explicar o reduzido número de notícias com tom informal. Adicionalmente, podemos referir que o tom informal é também mais característico do género jornalístico reportagem, que também aqui surge em número reduzido (ver tabela 1).

Contudo, convém aqui refletir sobre o aumento do tom informal após a mudança de direção, que subiu para mais do dobro (12%) e que pode ser explicado pela aposta das novas chefias numa aproximação mais eficaz com o público, optando por um discurso mais social, ou seja, mais próximo dos cidadãos. Deste modo, podemos dizer que a nossa última sub-hipótese também vai de encontro aos dados obtidos: “O tom informal é pouco característico das notícias, registando-se um aumento com a alteração da política editorial”.

1.9) Nota conclusiva

Partindo da questão de partida desta investigação “Até que ponto a política editorial tem implicações no tratamento noticioso das notícias?”, o que neste caso é o mesmo que questionar “Até que ponto a mudança de Direção determina a forma como os assuntos do ‘Porto’ são retratados no Jornal de Notícias?”, podemos dizer que os dados da análise permitem responder afirmativamente à nossa hipótese central: **“Supomos que há relação entre a política editorial e o tratamento noticioso, de tal forma que alterações na política editorial produzem mudanças no tratamento noticioso”**. Esta hipótese sugere que a alteração da política editorial com a nova direção do JN produziu alterações nas escolhas que estão inerentes ao modo como são produzidas as notícias, nomeadamente no que toca aos indicadores aqui em análise: género jornalístico, espaço das notícias, fotografia, assunto/tema, local de cobertura, valores-notícia, fontes de informação e tom de discurso.

De facto, podemos dizer que os nossos dados vão ao encontro das nossas sub-hipóteses formuladas, percebendo que a política editorial tem influência no tratamento noticioso. Com a mudança de direção registaram-se algumas alterações que seguem a nova orientação do jornal:

- Aposta na notícia como o género jornalístico mais adequado ao carácter informativo do órgão de informação, com recurso a fotografia;
- Publicação de assuntos sobre política local, destacando-se um aumento em retratar temas que dizem respeito aos cidadãos;
- Cobertura dos locais mais próximos da redação;

- Valorização do valor-notícia da proximidade como critério de seleção de notícias;

- Crescente consulta dos cidadãos do Porto como fonte credível, para além do domínio das fontes oficiais locais;

- Aumento do tom informal, como discurso mais próximo dos cidadãos.

De modo a confrontar estes resultados com a visão que as chefias têm do produto jornalístico do JN, faz todo o sentido aqui refletir sobre o que pensam as chefias do JN.

2- A visão das chefias sobre a secção

Através da análise de conteúdo das notícias dos dois períodos aqui em análise (16 de maio a 29 de maio de 2011 e 15 de agosto a 28 de agosto de 2011) podemos retirar algumas conclusões que pretendemos confrontar com a visão das chefias sobre a política editorial que determina o produto informativo da secção ‘Porto’ do JN. Para isso, entrevistámos Jorge Fiel, subdiretor do JN, e Pedro Ivo Carvalho, diretor-adjunto, responsável pelo noticiário regional - Secção Porto e Norte/Sul (ver anexo 8).

A ideia é perceber se os resultados aqui obtidos vão ao encontro do projeto editorial, de modo a que possamos responder à nossa questão de partida: “Até que ponto a Política editorial tem implicações no tratamento noticioso das notícias?”. A entrevista ao responsável pelo noticiário regional foi aplicada no dia 19 de julho de 2012, enquanto a entrevista ao subdiretor foi realizada no dia 13 de setembro de 2012.

2.1) *As considerações do subdiretor*

Como pudemos verificar pela análise dos resultados obtidos na análise das notícias, a política editorial do JN tem implicações no produto que é oferecido aos seus leitores, nomeadamente nos assuntos publicados, nos locais de cobertura, nos valores-notícia valorizados, nas fontes consultadas e no discurso jornalístico. Como explica Jorge Fiel, subdiretor, a primeira alteração da nova direção foi a publicação de uma só edição para o país. Antes, o JN tinha três edições – Norte, País e Porto. “Esta direção acabou com isso porque achou que nós em Lisboa não vamos competir com o noticiário local, em Lisboa vamos vender às pessoas que são de Trás-os-Montes, de Aveiro, que estão lá emigradas, que têm cá família, raízes, que querem saber não o que passa no

Seixal, porque lá compram o Correio da Manhã, mas querem saber uma coisa diferente, que nós podemos dar, que é o noticiário da sua terra”, explica. No entender da nova direção, com uma só edição, o JN chega mais longe.

O facto de ser um jornal publicado no Porto – aspeto que Jorge Fiel considera ser o fator diferenciador mais importante do diário – permite olhar para o país a partir do Porto, assumindo-se como um jornal dessa região. “A nossa agenda e a nossa principal preocupação deve ser com os leitores que na sua esmagadora maioria estão sediados na região Norte, de maneira que a nossa principal preocupação é noticiar a proximidade, noticiar preferencialmente o que acontece na região em que nós estamos inseridos e, em certa medida, ser também a voz dessa região, dos seus protagonistas políticos, sociais, culturais, empresariais”, desconstrói Jorge Fiel.

Neste sentido, o objetivo desta direção consiste em distinguir-se das anteriores, mas também dos quatro jornais diários generalistas publicados em Lisboa – Correio da Manhã, Jornal I, Público e Diário de Notícias, procurando ser o mais útil e próximo dos seus leitores. “Tudo o que nós fazemos tem que ser a pensar os leitores e nunca perder de vista que o que fazemos é para eles e não para nós”, sustenta o subdiretor. Daí que esta direção assumiu que a orientação da nova política editorial seria a ligação à região Norte do país.

Tendo em conta esta linha de atuação, Jorge Fiel concorda que podemos ver o JN como um jornal local e popular, afirmando mesmo que ser local e popular é bom. “Quanto mais próximo estivermos da vivência e das preocupações dos nossos leitores melhor. Ontem rebentou uma conduta de água na marginal, nós estamos preocupados com isso porque os nossos leitores também estão, visto que são pessoas que passam aqui e precisam de saber disso”, exemplifica. De acordo com o subdiretor, fica no horizonte adotar uma componente *time out*, “no sentido de ser um jornal que não só reporta o que acontece na região como questões de segurança e casos do dia, mas também o modo como as cidades vivem, os problemas que têm e a maneira como as pessoas se divertem e fazem a sua vida”.

Assim sendo, tudo quanto é relevante e acontece na cidade é noticiado. Segundo Jorge Fiel, as consequências dos acontecimentos para os cidadãos ditam muitas vezes o seu agendamento, isto porque são situações do dia-a-dia de que as pessoas necessitam de ter conhecimento. “Nós temos que contar o que aconteceu e dar-lhes informação sobre o que se passa, porque ainda não foi resolvido e porque aconteceu”, especifica. O profissional dá o exemplo de um acidente que entope a Via de Cintura Interna (VCI)

durante quatro horas em comparação com um toque de carros numa rua secundária, ganhando espaço no JN o primeiro em virtude das consequências que traz para os cidadãos. Contudo, não deixa também de reconhecer que um acidente sem vítimas é pouco importante, a menos que envolva o presidente da Câmara ou o Hulk, jogador do F. C. Porto. “Aí já ganha outra proporção”, refere.

Quando questionado sobre os valores elevados de assuntos de Política local recolhidos na nossa análise, este defende que os valores variam muito das épocas, destacando o período de autárquicas como ainda mais forte. Vê sim expressão nos assuntos relacionados com os cidadãos (indo ao encontro dos nossos dados), que ganharam expressão após a mudança de direção.

Jorge Fiel reconhece que no negócio do jornalismo predomina a tese de que os jornais têm de servir o melhor possível os seus leitores. A questão está em saber o que realmente vai ao encontro dos seus interesses. De acordo com o sub-diretor, na hora de definir os assuntos de agenda são escolhidos os assuntos relacionados com as vidas dos cidadãos. “Parto do princípio que uma pessoa que usa a VCI e fica engarrafado quatro horas quer saber o porquê, que no dia seguinte nós expliquemos o porquê. Isto são coisas que, pelo princípio, achamos que são do interesse dos leitores e se é do seu interesse temos que dar porque são eles que são os nossos clientes”, concretiza. E é segundo esta lógica que pode ser entendida a presença do entretenimento no JN, a diminuição de receitas e do número de leitores. Para o profissional, o entretenimento sempre esteve presente no jornalismo. “As pessoas têm o tempo de trabalhar, de descansar e depois o tempo de se divertirem e o jornal tem que acompanhar todas as fases dessa vida das pessoas. Tem que dar não só notícias mais duras, mas também notícias mais leves. Todos os jornais fazem isso”, defende.

Quanto ao noticiário local, este está dividido em Porto e Norte/Sul, havendo habitualmente quatro a cinco páginas para cada caderno, o que na opinião de Jorge Fiel está “razoavelmente equilibrado”. “Temos uma boa rede de correspondentes que sente o pulsar da região e que o comunica. Se tivéssemos mais espaço eramos capazes de dar as coisas melhor, assim somos obrigados a editar melhor, a dar tantas coisas em menos espaço. Mas não me parece dramático”, explica. As cidades mais próximas acabam por ser as que conseguem mais espaço no jornal, comprovando que o valor-notícia da proximidade é o mais valorizado pelo JN. Valorizar a proximidade é “ser diferente em relação aos outros jornais”, defende Jorge Fiel.

Quanto ao uso de fontes de informação, a dependência por organismos ligados ao poder é, muitas vezes, obrigatória. No caso de um assunto relacionado com a Câmara de Matosinhos, os jornalistas têm de contactar a Câmara que é uma fonte de poder. Mas para o subdiretor, a quantidade de fontes multiplicaram-se com a existência de redes sociais e a participação dos cidadãos. “Há uma certa capacidade dos jornais e, em particular, do JN de ser a voz dos problemas dos cidadãos da região. Deste ponto de vista acho que é satisfatória a capacidade do jornal em ser o porta-voz das comunidades e estar atento àquilo que elas dizem e nos comunicam”, esclarece, reconhecendo que os cidadãos são cada vez mais entendidos como fontes credíveis e com mais espaço no JN, como também verificámos na nossa análise.

2.2) O responsável pelo noticiário regional

Pedro Ivo Carvalho, responsável pelo noticiário regional, também considera que as diferenças são notórias quanto à política editorial da nova direção. “Esta direção assumiu que queria fazer vingar mais as características de um jornal sediado no Porto, que privilegia os valores do Norte, que se identifica mais com os problemas das gentes do Norte, mas um jornal que não tem vistas curtas apesar de tudo e que não deixa de dar um noticiário de todo o país”, explica. Daí que o responsável pelo noticiário regional do jornal considere que faz todo o sentido falar num jornalismo local e numa proximidade à região Norte do país, no que diz respeito à Secção ‘Porto’, vocação esta que já vem das anteriores direções e que faz parte da história de um jornal com mais de cem anos de existência, mas que ganha mais relevo com a nova chefia: “Julgo que a matriz do jornal, aquilo que o define nunca se perdeu e aquilo que o melhor define é, de facto, a proximidade, as notícias que são próximas das pessoas, que influencia o seu dia-a-dia”.

A proximidade consegue-se pela adoção de uma visão terrena daquilo que afeta os leitores enquanto cidadãos, aliada à rede de correspondentes que faz chegar à redação informação local. “Há o objetivo de fazer um jornalismo próximo das pessoas, um jornalismo com rosto, que é um jornalismo mais difícil, porque é um jornalismo de confrontação, de denúncia, mas pessoalmente é um jornalismo que me dá mais gozo”, acrescenta Pedro Ivo Carvalho.

Tendo em conta este objetivo, é compreensível que a agenda da secção não viva muito do oficial. A maioria dos serviços de agenda é da iniciativa dos jornalistas. “Privilegiamos muito o que é a nossa informação, quer seja por iniciativa própria de visualização de problemas, seja por informação que nos chega por meio dos leitores”,

refere o responsável, salientando a fraca dependência em relação à agência Lusa. Quando confrontado com os valores elevados de assuntos sobre Política local, Pedro Ivo Carvalho refere que há acontecimentos oficiais que são incontornáveis e, por isso, alvo de cobertura por parte do jornal, como por exemplo visitas de autarcas ou conferências de imprensa. O próximo ano será recheado em notícias sobre política local com as eleições autárquicas, prevê o editor-chefe da secção, considerando que “o JN vai estar na linha da frente”, dedicando muito espaço a esta temática.

Sobre a tendência crescente para destacar assuntos relacionados com os cidadãos após a mudança de direção, Pedro Ivo Carvalho está convencido do interesse dos leitores pelos assuntos marcados pela proximidade: “Aquilo que nos interessa é aquilo que nos afeta, que tem maior potencial de nos interessar enquanto leitores. O jornal está formatado para fazer esse jornalismo de proximidade, portanto não creio que o deixemos de fazer nos próximos tempos, porque está no nosso ADN”. De acordo com o diretor-adjunto, o valor-notícia da proximidade é, de facto, um dos valores mais valorizados pelo JN, como também podemos comprovar pela análise de notícias, entendida como uma das regras básicas do jornalismo.

Pedro Ivo Carvalho explica o procedimento a ter na abordagem dos assuntos: “Aquilo que está mais próximo diz-nos mais do que aquilo que está a 1500Km de distância. Mas depois há assuntos de proximidade que têm uma transversalidade muito grande. Tem que se ter esse equilíbrio em conta, privilegiando as coisas que são próximas da área em que o jornal tem uma maior implementação – Norte e Grande Porto sobretudo, e depois as coisas que sendo de proximidade, mas não sendo tão focadas nessa área, têm leitura em todo o lado”. Atendendo ao aumento considerável do valor-notícia do entretenimento após a mudança de direção, o editor da secção ‘Porto’ refere que a dinâmica atual do jornal vai num outro sentido, mas admite que “o entretenimento é uma das coisas que os jornais sempre tiveram, é inescapável”.

Com a extinção das três edições após a mudança de direção, o JN apenas apresenta uma edição geral para todo o país. Se antes cada edição tinha oito páginas para dedicar a cada região, agora essas páginas são divididas por todo o país. De acordo com Pedro Ivo Carvalho, o Grande Porto é a grande preocupação que abre o noticiário regional. Dos locais mais cobertos, o editor tem consciência que Porto, Vila Nova de Gaia e Matosinhos são os três concelhos mais fortes, o que vai de acordo com os nossos resultados. E isto tem uma explicação simples: “são os concelhos que têm maior população aqui na região em torno do Porto”. Maia é o concelho que se junta aos mais

retratados no jornal, “porque sempre foram os principais concelhos da chamada coroa do Grande Porto”, refere. A subida da Maia e descida de Matosinhos após a mudança de direção não era conhecida pelo editor da secção ‘Porto’, adiantando que poderá ter sido circunstancial.

Valongo e Gondomar são os concelhos que se seguem, para além da grande expressão dos locais com correspondentes: Trofa/ Santo Tirso, Vila do Conde/Póvoa, Santa Maria da Feira, São João da Madeira e Oliveira de Azeméis. Pedro Ivo Carvalho admite não ter conhecimento de dados que demonstrem esta expressão dos concelhos cobertos por correspondentes, mas refere que “tendo um correspondente que só trabalha aquilo de dia e de noite, que alimenta fontes, que só se dedica àquele espaço territorial é natural que tenha uma capacidade de produção mais elevada”. Os jornalistas da redação fazem cobertura em todos os concelhos, não havendo aqui um nível de especialização: “o ideal era ter uma pessoa entregue a cada município, a bater aquilo de ‘fio a pavio’, mas é impossível”.

Quanto à possível influência das fontes, mais concretamente dos assessores de Câmara, o editor não reconhece uma relação de causa-efeito, entendendo que existem uns assessores mais competentes que outros, que conseguem “vender melhor” uns assuntos do que outros. “Sucede que há assessores que ouves mais que outros, porque são assessores de câmaras importantes e que merecem maior consideração por isso”, explica.

As fontes consultadas variam muito pelo tipo de assuntos a noticiar. Pedro Ivo Carvalho salienta que “a dependência da secção em relação a tudo o que seja fontes externas, fontes oficiais e fontes de informação é menor, porque dependemos quase exclusivamente de nós, das nossas ideias, dos nossos trabalhos, da nossa capacidade de antecipar coisas de agenda”. Apesar do elevado número de fontes oficiais consultadas revelado pelos nossos dados, o editor considera que as fontes oficiais não são essenciais para o trabalho da secção, podendo muitos dos artigos ser construídos consultando apenas os cidadãos: “Se nós não consultássemos fontes oficiais, o nosso noticiário continuaria a ser feito, como sem a agência Lusa”. Contudo, Pedro Ivo Carvalho reconhece a necessidade de consultar fontes oficiais em assuntos de elevada importância.

Quanto ao fraco recurso a fontes especializadas, este facto pode ser entendido pela heterogeneidade do jornalismo local. Na secção ‘Porto’ não há uma necessidade

tão grande de recorrer a fontes especializadas como em secções como a Sociedade ou a Economia. “Acaba por ser um jornal dentro de um outro jornal”, remata.

2.3) Nota conclusiva

Após darmos conta da visão das chefias sobre o produto informativo, podemos dizer que as suas respostas vão ao encontro dos nossos resultados. De facto, a preocupação em noticiar a proximidade é um elemento diferenciador do JN, que faz dele a voz do Norte e dos seus protagonistas. Tanto o subdiretor como o responsável pelo noticiário regional estão conscientes de que faz todo o sentido noticiar os assuntos dos locais mais próximos dos seus leitores, admitindo que estes são cada vez mais vozes presentes nas páginas do diário, sem negar a forte presença das fontes oficiais.

Partindo das declarações destes profissionais, é possível afirmar que a nova direção tem implicações no tratamento noticioso, decorrente da sua intenção de vingar as características de um jornal sediado no Porto. Tal influência é verificável na análise nos nossos dados, que dão conta da alteração de certos aspetos quanto ao tratamento das notícias, tais como a valorização da proximidade, a crescente presença dos cidadãos do Porto como fontes de informação credíveis, o aumento do tom informal mais próximo dos leitores.

Conclusões

Partindo da nossa questão de partida: “Até que ponto a política editorial tem implicações no tratamento noticioso das notícias?”, ou seja, “Até que ponto a mudança de Direção determina a forma como os assuntos do ‘Porto’ são retratados no Jornal de Notícias?”, podemos dizer que, com base na análise dos resultados, a política editorial tem implicações no tratamento noticioso dos assuntos publicados no Jornal de Notícias. De facto, através dos indicadores aqui em análise - Género jornalístico, Espaço das notícias, Fotografia, Assunto/tema, Local de cobertura, Valores-notícia, Fontes de informação e Tom de discurso - verificámos que a política editorial tem influência nas escolhas inerentes ao tratamento dos assuntos da secção ‘Porto’, havendo algumas alterações no tratamento noticioso antes e após a mudança de direcção.

Assim, podemos dizer que os dados vão ao encontro do previsto pela nossa hipótese central: **“Supomos que há relação entre a política editorial e o tratamento noticioso, de tal forma que alterações na política editorial produzem mudanças no tratamento noticioso”**. Como sustenta Fernando Correia (2000: 133), a produção de notícias deve ser encarada como um reflexo dos constrangimentos organizacionais, realçando a força da política editorial na definição daquilo que é considerado notícia. No mesmo seguimento, Wolf defende que faz notícia o que é considerado pertinente pela linha editorial (2009: 189), determinando “desde a utilização das fontes até à selecção dos acontecimentos e às modalidades de confecção” (Gabarino, 1982: 12 cit. por Wolf, 2009: 189).

Neste sentido, é compreensível que o modo como as notícias são publicadas seja resultado das opções das chefias. O género jornalístico utilizado, o espaço concedido a esse assunto, bem como o recurso a fotografias. De facto, como podemos verificar através da nossa análise, é uma opção do JN apostar na notícia como género jornalístico mais informativo, geralmente com uma dimensão até meia página e quase sempre acompanhada por fotografia. Tais indicadores podem ser indiciadores da preocupação do diário em fornecer o máximo de informação possível, procurando ser um importante meio de formação de opinião dos seus leitores. De facto, como refere Fontcuberta (1999:52), o produto jornalístico reflete o que é valorizado pelo órgão de comunicação, sendo indicadores da sua importância a extensão dos títulos, o recurso a fotografias e o

espaço dos artigos. E todos estes aspetos são resultado das escolhas dos jornalistas, em função da linha editorial do meio de comunicação.

De igual modo, também constatámos que a temática é variável conforme a política editorial do JN, havendo uma mudança nos assuntos publicados após a mudança de direção. No período de 16 a 29 de maio de 2011, verificámos que a temática Acidentes predomina com 47 notícias, o que representa 31% da totalidade dos artigos; seguida pela Política local, Manifestações culturais e Questões locais. Já após a mudança de direção predomina a temática da Política local em 26% dos artigos, acentuando-se uma maior tendência em retratar assuntos mais próximos dos cidadãos. Neste período, constata-se uma diminuição dos assuntos de índole negativa, mais característicos da anterior direção. Tais dados permitem-nos dizer que a política local continua a ser um dos temas mais abordados pelo jornal, o que vai ao encontro do que defendem vários autores. Tal é também reconhecido pelo editor da secção, Pedro Ivo Carvalho, que afirma que há assuntos de política local que são incontornáveis, daí a sua forte expressão no jornal.

Contudo, podemos verificar que os assuntos relacionados com o lado social são a grande aposta do jornal com a alteração da política editorial. É objetivo desta direção oferecer um jornal “que privilegia os valores do Norte, que se identifica mais com os problemas das gentes do Norte, mas um jornal que não tem vistas curtas, apesar de tudo”. De facto, as manifestações culturais e questões locais foram também os temas mais retratados neste segundo período, estando aqui refletido o que Fontcuberta (1999: 42) defende: os media noticiam informações que suscitem a atenção do público, fazendo dos interesses dos leitores os seus próprios interesses.

Era ainda nosso objetivo perceber que valores-notícia são mais valorizados pelo JN no momento de decidir quais os assuntos a tornar públicos, tentando perceber se a proximidade era o mais valorizado, visto estarmos a analisar uma secção local que vive da forte relação com a região Norte do país. Uma vez que este é um indicador que se relaciona com a temática, constatamos que a Negatividade foi o valor-notícia mais presente no período antes da mudança de direção, com 24%. Tendo em conta a implicação da política editorial sobre a determinação do que é considerado notícia, verificámos que de 15 a 28 de agosto o valor notícia da Proximidade foi o mais predominante, atingindo o mesmo valor que a Negatividade no período anterior.

Estes resultados vêm revelar a alteração da política editorial, que se caracteriza pela maior atenção pelos assuntos próximos dos cidadãos. Este já era um valor-notícia

com expressão no jornal, mas que ganha força após esta alteração. De facto, como constatámos ao longo do enquadramento teórico, a proximidade é uma das armas mais eficazes dos meios de comunicação para atrair os seus leitores. Como refere Camponez (2002: 123), o jornalismo de proximidade acaba por funcionar como elo de ligação com a comunidade, isto porque os leitores têm interesse pelos assuntos mais próximos de si.

Como acrescenta Fontcuberta (1999: 35), não faz sentido fazer um jornal que não vá ao encontro dos interesses dos leitores, porque “quem escolhe é sempre o público”. E como refere Jorge Fiel, subdiretor do JN, a principal preocupação da nova direção é para com os leitores, sediados principalmente na região Norte, de maneira que as notícias publicadas respeitem o valor-notícia da proximidade. É objetivo da direção “noticiar preferencialmente o que acontece na região que nós estamos inseridos e, em certa medida, ser também a voz dessa região e dos seus protagonistas”, especifica.

Assim sendo, é também compreensível que os locais mais noticiados pelo JN sejam aqueles que estão mais próximos da redação do jornal. De acordo com os dados obtidos e como referiram o subdiretor e o editor da secção, Porto, Matosinhos e Vila Nova de Gaia são os concelhos mais retratados, quer pela sua dimensão e importância, quer pela maior proximidade à redação. Por sua vez, os concelhos mais distantes correspondem àqueles que menos surgem no noticiário, nomeadamente Amarante, Baião, Felgueiras. Tais valores são indiciadores do objetivo do JN em se afirmar com “o jornal do Norte”, que assume um compromisso de proximidade com os leitores da região.

Segundo João Mesquita (1997 cit. por Camponez, 2002: 107), apenas é necessário ver sobre que região se reportam os textos, para perceber onde está sediada a redação. Os locais cobertos por correspondentes aparecem também com mais expressão, nomeadamente Póvoa do Varzim, Vila do Conde, Santa Maria da feira e Trofa, dada a possibilidade dos jornalistas se dedicarem apenas a um espaço territorial, o que não acontece com os profissionais da redação. Não há, assim, um equilíbrio na representação do ‘Grande Porto’, estando apenas mais visíveis as cidades mais próximas do Porto. Tal situação pode ser entendida pelo facto de a posição geográfica ser uma condicionante para a noticiabilidade de um acontecimento. Assim, quanto mais próximo estiver maior é facilidade em se tornar notícia, pelo interesse maior que tem para os leitores do JN, exigindo também o dispêndio de menores recursos. De facto, constrangimentos como tempo e a distância não podem ser ignorados. No entanto, dada a intenção do JN em primar pela proximidade com o seu público, é importante que haja

uma representação das cidades de menor dimensão e mais afastadas, para que a ligação à região Norte possa ser atingida no seu sentido pleno.

Simultaneamente, era nosso intuito verificar que tipos de fontes de informação são mais consultadas pelo JN, no sentido de perceber se há uma tentativa por parte do jornal em dar, cada vez mais, voz aos cidadãos, encarando-os como fontes credíveis. Como explicou o editor da secção ‘Porto’, o tipo de fontes auscultadas depende muito do tipo de assunto que é noticiado. Primeiramente, constatamos que predominam as fontes oficiais antes e após a mudança de direção, com 61% e 56% respetivamente. Esta dependência pelas fontes oficiais por ser entendida pela disponibilidade que estas têm em responder aos jornalistas, assim como a sua credibilidade, como sustenta Dalmaso (2002). Também de acordo com Herbert Gans (1979: 80 cit. por Santos, 1997: 32-33) as fontes são entendidas como um “factor determinante para a qualidade da informação”.

No entanto, como podemos constatar através dos resultados e como afirma o editor da secção, há uma tendência crescente para dar voz aos cidadãos, cultivando esta proximidade com os leitores. Como explica Pedro Ivo Carvalho, uma vez que a agenda é construída por iniciativa dos jornalistas. Segundo este profissional, o noticiário local continuaria a ser feito sem a consulta de fontes de oficiais, sendo cada vez mais forte o recurso a cidadãos como fontes de informação credíveis. Contudo, não podemos esquecer esta acentuada expressão das fontes oficiais. No nosso entender, deveria existir um maior equilíbrio nas fontes consultadas, de modo a que haja um acesso ao espaço público mais homogéneo. É de salientar o trabalho dos profissionais do JN em chamar os cidadãos comuns aos meios de comunicação, uma vez que não são ainda muito valorizados por outros órgãos de comunicação. As fontes especializadas, os documentos e outros media não apresentam valores muito significativos no jornal.

Esta procura em dar voz ao cidadão comum, assim como a aproximação aos leitores é complementada pela preocupação do JN em tornar o seu discurso mais informal, que subiu para mais do dobro (12%) como se pode constatar após a mudança de direção, apesar de ainda com pouco relevo quando comparado com o tom formal do seu discurso jornalístico.

Em suma, podemos concluir que a política editorial tem implicações no tratamento noticioso dos assuntos que são publicados na secção ‘Porto’ do JN, notando-se algumas alterações após a mudança de direção quanto aos géneros jornalísticos utilizados, ao espaço concedido aos artigos, ao recurso a fotografias, aos temas mais retratados, aos valores-notícia valorizados, aos locais retratados e às fontes consultadas.

De facto, constatamos que, com a alteração da orientação do jornal, os assuntos relacionados com os cidadãos passam a ter mais espaço no jornal, apesar da forte presença da política local. As fontes oficiais continuam a dominar o espaço público, contudo é, cada vez mais regular a presença do cidadão comum na esfera dos meios de comunicação. Com base nos dados recolhidos, podemos dizer que a proximidade é a grande arma do JN para atrair os seus leitores, dando destaque aos locais mais próximos da redação, onde o diário consegue atingir a sua maior audiência.

Assim sendo, consideramos que esta investigação deu um contributo para compreender a imprensa escrita, mais concretamente o processo de produção de notícias, no que se refere às implicações da política editorial dos meios de comunicação no tratamento noticioso dos assuntos publicados. Contudo, temos consciência das limitações deste estudo, nomeadamente o facto de não se tratar de uma amostra aleatória, que torna impossível generalizar estas conclusões. Na nossa opinião, a análise de um período mais alargado de tempo permitiria chegar a um conjunto de conclusões mais acertadas. De facto, com um conjunto de notícias mais abrangente, acreditamos que poderíamos perceber com mais precisão as alterações que decorreram no tratamento noticioso dos assuntos da secção 'Porto' após a mudança de direção. Visto que as alterações se vão consolidando com o tempo, seria espectável que, analisadas mais notícias e notícias publicadas mais tarde, poderíamos chegar a dados mais concretos e ideias mais fundamentadas.

Adicionalmente, uma análise comparativa de uma secção local de um outro jornal, que sofresse pelo mesmo processo de alteração de política editorial, poderia ser produtiva, de modo a que confirmássemos que esta implicação da política editorial está presente em outros órgãos de comunicação social.

Bibliografia

Alsina, M. (1996) *La construcción de la noticia*, Barcelona: Editorial Paidós

Bardin, L. (2009) *Análise de conteúdo*, Lisboa: Edições 70

Berger, P. & Luckman, T. (1994) *A construção social da realidade*, Brasil: Editora Vozes Ltda.

Boni, V. & Quaresma, S. (2005) *Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais*, in Revista Eletrônica dos Pós-Graduandos em Sociologia Política da UFSC, Vol. 2 nº 1 (3), pp. 68-80, retirado a 9 de maio de 2012 em
[<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/emtese/article/view/18027/16976>]

Camponez, C. (2002) *Jornalismo de Proximidade. Rituais de comunicação na imprensa regional*, Coimbra: Edições MinervaCoimbra

Carneiro, M. (2006) *O Serviço Público de televisão e a informação regional – uma análise comparativa entre dois noticiários regionais da RTP*, Dissertação de Mestrado, Braga: Universidade do Minho, retirado a 12 de dezembro de 2011 de
[<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/6205/1/TESE%20-%20VERS%c3%83O%20FINAL.pdf>]

Controlinveste (2011) *Jornal de Notícias*, acessido a 16 de Janeiro de 2012 em
[<http://www.controlinveste.pt/Pt/Media/Jornais.aspx?item=Jornal de Not%EDcias>]

Correia, F. (2000) *Os jornalistas e as notícias*, Lisboa: Editorial Caminho

Dalmaso, S. (2002) *Fontes da informação jornalística: natureza e implicações*, INTERCOM – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXV Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação, acessido a 14 de Dezembro de 2011 em

[http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/19187/1/2002_COMUNICA_COES_DALMASO.pdf]

Fernandes, A. (2010) *A importância das diferentes secções de um jornal: o caso da Cultura no Jornal de Notícias*, Dissertação de Mestrado, Braga: Universidade do Minho

Fernandes, M. (2004) *A força da notícia local: a proximidade como critério de noticiabilidade*, acessado a 14 de dezembro de 2011 em

[http://encipecom.metodista.br/mediawiki/images/4/40/GT1-16_-_A_forca_da_noticia_local-Mario.pdf]

Fidalgo, J. (2008) *O jornalista em construção*, Porto: Porto Editora

Flores, C. & Nogueira, S. (2008) *Jornal de Notícias*, acessado a 12 de dezembro de 2011 em [<http://www.comunicamos.org/lab/docs/docs-jornal-de-notcias>]

Fontcuberta, M. (1999) *A notícia – pistas para compreender o mundo*, Lisboa: Editorial Notícias

Fraser, M. & Gondim, S. (2004) *Da fala do outro ao texto negociado: discussões sobre a entrevista na pesquisa qualitativa*, in *Paidéia*, V. 14 (28), pp. 139 -152, retirado a 9 de maio de 2012 em [<http://www.scielo.br/pdf/paideia/v14n28/04.pdf/>]

Gonçalves, C. (2009) *O Gatekeeping no Jornalismo Policial – A linha editorial do Jornal e a selecção da informação*, Dissertação de Mestrado, Braga: Universidade do Minho, pp. 32-64

Grudzinski, S. (2009) *Critérios jornalísticos de noticiabilidade presentes na rotina produtiva charge*, acessado a 14 de dezembro em [<http://www.bocc.uff.br/pag/bocc-kika-criterios.pdf>]

Jornal de Notícias (2005) *Sobre a ordenação das secções dos jornais*, acessado a 18 de Janeiro de 2012 em [http://www.jn.pt/PaginaInicial/Interior.aspx?content_id=526331]

Jornal de Notícias (2008) *Quem somos*, acessado a 12 de dezembro de 2011 em [<http://www.jn.pt/info/quemsomos.aspx>]

Jornal de Notícias (2011) *Nova direcção do JN toma posse*, acessado a 12 de dezembro de 2011 em [http://www.jn.pt/PaginaInicial/Media/Interior.aspx?content_id=1867128]

Jornal de Notícias (2012) *JN apresenta Conselho Editorial*, acessado a 1 de fevereiro de 2012 em [http://www.jn.pt/Reportagens/Interior970.aspx?content_id=2255904]

Lalinde, A. (1990) *Elementos para compreender la noticia*, in *Signo e Pensamento*, nº 17, acessado a 14 de Dezembro de 2011 em [<http://www.javeriana.edu.co/signoyp/coleccion.htm>]

Lemos, M. (2006) *Jornais diários portugueses do século XX – um dicionário*, Coimbra: Ariadne Editora

Letria, J. (1998) *Verdade confiscada, escândalo – a armadilha da nova censura*, Lisboa: Notícias Editorial

Lichtenberg, J. (1996) “In defence of objectivity revisited”, in Curran, J. & Gurevitch, M. (Orgs.) *Mass Media and Society*, Londres: Arnold, pp.225-239

Lopes, A. (2008) *Constrangimentos organizacionais da prática jornalística. A coluna dos provedores do leitor como reflexo dos organizacionais vividos pelos jornalistas no contexto das empresas mediáticas*, pp. 37-79, acessado a 14 de dezembro de 2011 em [<http://www.bocc.uff.br/pag/lopes-ana-constrangimentos-organizacionais.pdf>]

McQuail, D. (1996) “Mass media in the public interest – Towards a framework of norms of media performance”, in Curran, J. & Gurevitch, M. (Orgs.) *Mass Media and Society*, Londres: Arnold, pp. 68-72

Meios & Publicidade (2011) *Bareme Imprensa: análise do segundo trimestre*, acessado a 31 de janeiro de 2012 em [<http://www.meiosepublicidade.pt/2011/07/14/bareme-imprensa-analise-do-segundo-trimestre/>]

- Mesquita, M. (2004) *O quarto equívoco – o poder dos media na sociedade contemporânea*, Coimbra: Minerva Coimbra
- Moraes, R. (1999) *Análise de Conteúdo*, in Revista Educação, V. 22, nº 37, pp. 7-32, acessido a 10 de janeiro de 2012 em
[http://cliente.argo.com.br/~mgos/analise_de_conteudo_moraes.html]
- Neveu, É. (2005) *Sociologia do jornalismo*, Porto: Porto Editora
- Pinto, M. (2000) *Fontes jornalísticas: contributos para o mapeamento do campo*, in Comunicação e Sociedade 2, Cadernos do Noroeste, Série Comunicação, Vol. 14 (1-2), pp. 277-294, acessido a 14 de dezembro em
[http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/5512/1/CS_vol2_mpinto_p277-294.pdf]
- Quivy, R. & Campenhoudt, L. (1992) *Manual de investigação em Ciências Sociais*, Lisboa: Gradiva, pp. 224-229
- Sampaio, C. (2009) *O Distrito do Porto em notícia – Análise da secção Grande Porto do Jornal de Notícias*, Dissertação de Mestrado, Braga: Universidade do Minho
- Santos, R. (1997) *A negociação entre jornalistas e fontes*, Coimbra: Minerva Coimbra
- Santos, R. (2003) *Jornalistas e fontes de informação. A sua relação na perspectiva da sociologia do jornalismo*, Coimbra: MinervaCoimbra
- Schudson, M. (1996) “The sociology of news production revisited”, in Curran, J. & Gurevitch, M. (Orgs.) *Mass Media and Society*, Londres: Arnold, pp. 141-155
- Schutz, A. (1962) *El problema de la realidad social*, Buenos Aires: Amorrortu Editores
- Silva, G. (2004) *Valores-notícia: atributos do acontecimento (Para pensar critérios de noticiabilidade I)*, acessido a 14 de Dezembro de 2011 em
[<http://galaxy.intercom.org.br:8180/dspace/bitstream/1904/17409/1/R0797>]

Sousa, J. (2000) *As notícias e os seus efeitos – As “teorias” do jornalismo e dos efeitos sociais dos media jornalísticos*, Coimbra: Minerva Coimbra

Sousa, J. (2005) *Elementos de jornalismo impresso*, Florianópolis: Letras Contemporâneas – Oficina Editorial Ltda

Teixeira, A. (2009) *Jornalistas e fontes de informação: uma relação de luta e de confiança*, Dissertação de Mestrado, Braga: Universidade do Minho, pp. 19-59

Traquina, N. (1993) *Jornalismo: Questões, teorias e ‘estórias’*, Lisboa: Veja

Traquina, N. (2007) *O que é Jornalismo*, Lisboa: Quimera Editores

Tuchman, G. (2002) “The production of news” in Jensen, K. B. (org.) *A handbook of media and communication research – qualitative and quantitative methodologies*, Londres: Routledge, pp. 78-90

White, D. (1997) “The «Gate Keeper»: A case of study in the selection of news” in Berkowitz, D. (1997) *Social Meaning of news. A text-reader*, London: Sage, pp. 63-71

Wolf, M. (2009) *Teorias da Comunicação*, Lisboa: Editorial Presença

Anexos

Anexo 1– Lista de Diretores do JN (Lemos, 2006: 390)

- Entre 23 de abril de 1907 a 30 de outubro de 1910: Alfredo de Figueiredo
- Entre 1 de novembro de 1910 e 19 de dezembro de 1934: Aníbal de Moraes
- Entre 20 de dezembro de 1934 a 10 de julho de 1942: Guilherme Pacheco
- Entre 12 de julho d 1942 a 2 de junho de 1978: Manuel Pacheco de Miranda
- Entre 5 de setembro de 1978 a 1 de Janeiro de 1980: Miguel Ramos
- Entre 7 de março de 1980 a 20 de Janeiro de 1983: Alberto Carvalho
- Entre 6 de junho de 1984 a 28 de maio de 1986: José Saraiva
- Entre 9 de maio de 1987 a 4 de janeiro de 1991: Sérgio de Andrade
- Entre 5 de janeiro de 1991 a 7 d fevereiro de 1993: António Freitas Cruz
- Entre 21 de julho de 1993 a 10 de Janeiro de 2005: Frederico Martins Mendes

- Entre 11 de janeiro de 2005 a 1 de junho de 2011: José Leite Pereira
- A partir de 2 de junho de 2011: Manuel Tavares

Anexo 2– Composição da redação do Jornal de Notícias

Diretor: Manuel Tavares

Diretores-Adjuntos: Alfredo Leite e Fernando Santos

Subdiretores: Jorge Fiel e Paulo Ferreira

Editores Executivos: Couto Soares e Rafael Barbosa

Editores Executivos-adjuntos: Elmano Madaíl, Joana Amorim, Manuel Molinos, Pedro Ivo Carvalho, Paula Ferreira e Paulo Martins

JN Multiplataforma

Editor executivo-adjunto: Manuel Molinos

Editores: Cristina Gomes e Nuno Marques

Editor-adjunto de multimédia: Miguel Conde Coutinho

Editor de infografia: Isidro Costa

Infografista: Zeferino Coelho

Fotografia: Adélia Torres

Augusto Correia, Cláudia Luís, Cláudia Monteiro, Fernando Basto, Luís Pedro Carvalho

Lisboa: Fátima Mariano e Sandra Alves

Redação Porto

Sociedade: Alfredo Maia, Alexandra Figueira, Helena Teixeira da Silva, Helena Norte, Inês Schreck

Segurança: António Soares e Vítor Pinto Basto (editores), Nuno Miguel Maia, Nuno Silva e Reis Pinto

Economia: Teresa Costa (editora), Armando Fonseca Júnior e Pedro Araújo (editores-adjuntos), Ana Paula Lima, Erika Nunes e Virgínia F. Alves

Regiões: Margarida Fonseca (editora), Hugo Silva (editor-adjunto), Ana Carla Rosário (editora-adjunta), Dora Mota, Carla Sofia Luz, Hermana Cruz, José Miguel Gaspar, Ivete Carneiro, Rui Branco, Marta Neves e Pedro Olavo Simões

Desporto: Jorge Pedroso Faria (editor), Paulo Felizes e Vítor Santos (editores-adjuntos), Adriano Rocha, Almiro Ferreira, João Faria, Manuel Luís Mendes, Miguel Amorim, Norberto A. Lopes e Nuno A. Amaral

Cultura/Televisão: Emanuel Carneiro (editor), Agostinho Santos, Isabel Peixoto e Sérgio Almeida

Gente: Sara Oliveira

Copy-desk/Revisão: Álvaro Faria e Lúcio Brandão (editores), José Gomes; Apoio: Alice Rodrigues

Agenda: Catarina Ferreira e Luísa Moreira; Apoio: Licínio Morais, Mário Vinhas e Zélia Silva; Informação Partilhada: António Braga e Ernesto Abreu

Redação Lisboa

Política: Ana Paula Correia e Telma Roque

Sociedade: Rute Araújo (editora), Dina Margato (editora-adjunta), Alexandra Inácio, Alexandra Marques, Ana Gaspar, Clara Vasconcelos, Eduarda Ferreira, Gina Pereira e Leonor Paiva Watson

Segurança: Susana Otão, Carlos Varela e Augusto Freitas Sousa

Economia: Lucília Tiago

Regiões: João Paulo Lourenço (editor-adjunto) e Isabel Teixeira da Mota

Cultura/Televisão: Cristiano Pereira e Ana Vitória

Desporto: José Luís Pimenta, Luís Antunes e Rui Farinha

Agenda/Secretaria: Ana Paula Tavares

Aveiro: João Paulo Costa (editor-adjunto) e Jesus Zing

Braga: Pedro Vila-Chã (editor-adjunto)

Coimbra: Miguel Gonçalves (editor-adjunto)

Leiria: Alexandra Serôdio

Viana do Castelo: Luís Henrique Oliveira

Correspondentes internacionais

Joanesburgo: António Ramos

Madrid: Maria João Morais

Arte: Pedro Pimentel (director), João Prada (editor), António Moreira (editor-adjunto), António J. M. Ferreira, Arménio Ponte, Brígida Pires, Isabel Moreira, Joaquim Alves e José Gomes

Tratamento de imagem: Aníbal Matagueira e Paulo Sousa

Centro de Documentação e Informação: Simões Dias (director), Fernanda Barros, Fernanda Santos, Francisco Vidal, João Ferreira, José Carlos Guedes, Leonor Pinheiro, Paula Granja e Vítor Dias

Conselho de redação: Alfredo Maia, Cláudia Monteiro, Erika Nunes, Gina Pereira e Pedro Olavo Simões

Anexo 3 – Estatuto Editorial do Jornal de Notícias

De acordo com o disposto no artigo 17.º da Lei da Imprensa, o JN torna público o seu estatuto editorial, aprovado em 26 de Março de 1982:

- 1- O “Jornal de Notícias” define-se como publicação periódica informativa e não doutrinária, predominantemente consagrada à informação geral, sem excluir, em limites adequados de extensão e profundidade, a informação especializada.
- 2- O “Jornal de Notícias” é independente do poder político, designadamente do Governo e da Administração Pública, bem como de grupos económicos, sociais e religiosos, regendo-se por critérios de pluralismo, isenção e apartidarismo, o que implica estilo e forma distanciados na abordagem de quaisquer temas.
- 3- O “Jornal de Notícias” adopta como propósito uma informação rigorosa e competente (no sentido do mais completo possível apuramento dos factos), equilibrada (na audição dos interesses envolvidos) e objetiva (ainda quando interprete os acontecimentos).
- 4- O “Jornal de Notícias” respeita e prossegue a sua honrosa tradição da porta-voz dos interesses e dos direitos das camadas menos favorecidas da sociedade portuguesa, sem que tal orientação signifique transigência com práticas demagógicas ou sensacionalistas.
- 5- O “Jornal de Notícias”, por intermédio dos seus jornalistas e sob a responsabilidade do seu diretor, compromete-se a respeitar a legislação aplicável à atividade jornalística, designadamente a Lei da Imprensa, bem como os princípios éticos e deontológicos da profissão.

Anexo 4 – Audiência dos jornais e revistas de informação geral referentes ao segundo trimestre de 2011 (dados do Bareme Imprensa - Markttest)

BAREME IMPRENSA 2º TRIMESTRE 2011						
	Trimestre Abr/Jun 2010	Trimestre Set/Dez 2010	Trimestre Jan/Mar 2011	Trimestre Abr/Jun 2011	V. Homóloga	V. vaga anterior
Circulação Paga	34,4	34,2	33,7	36,5	6,40%	8,61%
Jornais Diários	27,5	26,9	26,6	29,3	6,55%	10,15%
Correio da Manhã	13	13,9	14	14,4	10,77%	2,86%
Jornal de Notícias	11,6	11	10,8	12,4	6,90%	14,81%
Público	4,4	4,4	4,5	5,5	23,00%	22,22%
Diário de Notícias	3,6	3,7	3,4	4,1	13,89%	20,56%
Jornal i	1,1	1,1	1	1,6	45,45%	60,00%
Jornais Semanais	8,7	8,9	8,1	8,9	2,30%	9,88%
Expresso	7,5	7,4	6,8	7,7	2,67%	13,24%
Sol	1,2	1,5	1,3	1,2	-1,85%	-1,85%
Revistas Semanais	9,2	9,8	9,2	10,3	11,96%	11,96%
Visão	6,7	6,8	6,4	7,2	7,40%	12,50%
Sábado	3,5	4,3	4,3	4,3	23,86%	0,00%
Focus	1	1,3	1,1	1,6	60,00%	45,45%
Revistas Mensais	1	0,8	1	0,9	-10,00%	-10,00%
Courier Internacional	1	0,8	1	0,9	-10,00%	-10,00%
Base (000)	8311	8311	8311	8311	0,00%	0,00%

BASE: indivíduos com 16 e mais anos, residentes em Portugal Continental - 8.311.408.

NOTA: Nesta quadro, apenas são apresentados resultados das publicações referenciadas por um mínimo de 30 entrevistados, no conjunto das 8.311 entrevistas realizadas no trimestre.

Anexo 5 – Tiragens e circulação dos jornais e revistas de informação geral referentes ao último bimestre de 2010 (dados da APCT)

Publicação	Tipo	Periodicidade	6º Bimestre de 2010	
			Tiragens	Circulação
24 Horas	Jornal	Diário	0	0
Correio da Manhã	Jornal	Diário	157721	122620
Diário de Notícias	Jornal	Diário	43820	27297
Expresso	Jornal	Semanal	130389	103519
Focus	Revista	Semanal	29444	17870
Global Notícias	Jornal	Diário	0	0
I Informação	Jornal	Diário	22155	8137
Jornal de Notícias	Jornal	Diário	109299	85786
Jornal Destak	Jornal	Diário	94351	93797
Metro Portugal	Jornal	Diário	94324	93289
Público	Jornal	Diário	49348	35584
Sábado	Revista	Semanal	108400	75351
Sol todos os Sábados	Jornal	Semanal	62241	34835
Visão	Revista	Semanal	124389	101342

Anexo 6 – Categoria de temas, proposta Por Felisbela Lopes (cit. por Leite, 2009)

Política de Estado: assuntos que envolvam o Governo, a Presidência da República ou a Assembleia da República;

Política Partidária: atividade dos partidos políticos;

Política local: tudo o que se relaciona com as autarquias;

Política Internacional: assuntos relativos ao Governo/partidos políticos estrangeiros;

Áreas estruturais: áreas em que assenta ou que fomenta a vida social;

Questões internacionais: o que se passa no estrangeiro para lá da atuação dos Governos;

Macroeconomia: situação económica/financeira do país, decisões/conjuntura de grupos económicos inserem-se aqui;

Agricultura/Indústria: tudo o que diz respeito aos setores agrícola e industrial;

Questões regionais: questões intrínsecas a uma determinada região;

Educação: integra-se aqui tudo o que respeita qualquer grau de ensino;

Saúde: o que corre bem e o que corre mal no sistema da saúde, as doenças e os tratamentos;

Justiça: situações que envolvem a atuação dos tribunais;

Forças Policiais/ Forças Militares/Proteção Civil: tudo o que diga respeito a estas entidades;

Religião/Crenças: as manifestações de qualquer credo religioso ou que refletem crenças de qualquer origem;

Manifestações Culturais: as artes, o património, a literatura, o cinema, a música...situam-se a este nível;

Ciência e Inovação: conhecimento científico e novas descobertas são os vetores estruturantes desta categoria;

Ambiente: o espaço que habitamos, a sua preservação, os atentados ao seu equilíbrio são tópicos a integrar aqui;

Media: assuntos respeitantes à conjuntura e ao funcionamento dos meios de comunicação social;

Microeconomia: o deve-haver da contabilidade diária portuguesa;

Trabalho/Sindicatos: assuntos ligados ao mercado laboral ou relacionados com estruturas sindicais/associativas;

Casos de polícia: assuntos que envolvam forças policiais ou que reivindicam a sua presença (ex: assaltos, acidentes, naufrágios, incêndios, mortes...);

Acidentes: incêndios, acidentes rodoviários, ferroviários e aéreos, naufrágios e cheias são acontecimentos que incluem esta categoria;

Problemas sociais: o lado negativo da vida social: pobreza, fome, racismo;

Greves/Protestos: as greves – Aviso, realização e cessação – de todos os setores de atividade e os protestos levados a cabo por pessoas que se opõem a determinada situação;

Solidariedade: iniciativas que visam ajudar terceiros;

Emigração/Imigração: a vida dos portugueses que partem para outro país ou daqueles que chegam do estrangeiro;

Turismo/Gastronomia: o que temos para dar aos turistas: o património natural e cultural, incluindo a gastronomia;

Lazer: os passatempos, as férias...o que se faz para descontrair nos nossos tempos livres;

Desporto: tudo o que tem uma relação intrínseca com qualquer modalidade desportiva;

Infância e Juventude: questões intrínsecas à vida dos mais novos;

Sexualidade/Vida de casal: situações relacionadas com a vida entre duas pessoas, incluindo o relacionamento sexual;

Terceira idade: tudo o que diz respeito à vida dos mais velhos;

Questões de Género: problemáticas que afetam o homem ou a mulher enquanto género;

Moda/Beleza: a moda em qualquer setor e os cuidados com o nosso corpo;

Outros.

Anexo 7 – Mapa com as cidades que fazem parte da secção ‘Porto’



Anexo 8 – Guião das entrevistas

Jorge fiel, subdiretor do Jornal de Notícias

- 1-** Como define a política editorial do Jornal de Notícias?
- 2-** O que distingue o JN dos outros diários portugueses?
- 3-** Após a recente mudança da direção, afirmou que uma das ideias centrais era fazer do JN um jornal do Norte. Em que consiste esta linha de orientação?
- 4-** Como se pretende distinguir da direção anterior?
- 5-** Podemos falar num jornalismo local? Jornal popular? Podemos falar numa proximidade à região Norte do País?
- 6-** Que tipos de assuntos/temas fazem notícia no JN?
- 7-** Porquê que a política local é um dos temas mais retratados no jornal?
- 8-** Pode-se dizer que há uma tendência crescente para destacar assuntos relacionados com os cidadãos da região?
- 9-** Na minha análise, constatei que há um aumento do entretenimento após a mudança de direção, tem consciência disso? É uma aposta do jornal?
- 10-** As fontes ligadas ao poder continuam a ser frequentemente consultadas pelo jornal. Porquê?
- 11-** O Jornal de Notícias tende a dar, cada vez mais, voz ao cidadão do Porto?
- 12-** A proximidade é um dos valores-notícia mais valorizados pelo jornal?
- 13-** Há um tratamento preferencial pelos assuntos dos locais mais próximos da redação? Verifiquei uma diminuição de Matosinhos e aumento da Maia neste período – segunda quinzena de agosto -, tem consciência disto?
- 14-** Quais os projetos futuros do JN? Mais concretamente na secção Porto?

- 1- Como caracteriza a secção 'Porto' do JN?
- 2- Podemos falar num jornalismo local? Jornal popular? Podemos falar numa proximidade à região Norte do País?
- 3- Que tipos de assuntos/temas fazem notícia no JN?
- 4- Porquê que a política local é um dos temas mais retratados no jornal?
- 5- Pode-se dizer que há uma tendência crescente para destacar assuntos relacionados com os cidadãos da região?
- 6- Na minha análise, constatei que há um aumento do entretenimento após a mudança de direção, tem consciência disso? É uma aposta do jornal?
- 7- As fontes ligadas ao poder continuam a ser frequentemente consultadas pelo jornal. Porquê?
- 8- O Jornal de Notícias tende a dar, cada vez mais, voz ao cidadão do Porto?
- 9- A proximidade é um dos valores-notícia mais valorizados pelo jornal?
- 10- Há um tratamento preferencial pelos assuntos dos locais mais próximos da redação? Verifiquei uma diminuição de Matosinhos e aumento da Maia neste período (segunda quinzena de agosto), tem consciência disto?