

— DA INCERTEZA COMO PRINCÍPIO —

— JORNALISMO —
— DEMOCRACIA —
— DECADÊNCIA DA VERDADE —

— JOÃO FIGUEIRA —



LABCOM
COMUNICAÇÃO
& ARTES

DA INCERTEZA COMO PRINCÍPIO

JORNALISMO, DEMOCRACIA,
DECADÊNCIA DA VERDADE

JOÃO FIGUEIRA

Ficha Técnica

Título

Da incerteza como princípio: jornalismo, democracia, decadência da verdade

Autor

João Figueira

Editora LabCom

www.labcom.ubi.pt

Coleção

Livros de Comunicação

Direção

Gisela Gonçalves

Design Gráfico

Cristina Lopes

ISBN

978-989-654-936-7 (papel)

978-989-654-938-1 (pdf)

978-989-654-937-4 (ePub)

Depósito Legal

517719/23

Tiragem

Print-on-demand

Universidade da Beira Interior
Rua Marquês D'Ávila e Bolama
6201-001 Covilhã
Portugal
www.ubi.pt

Covilhã, 2023

© 2023, João Figueira.

© 2023, Universidade da Beira Interior.

O conteúdo desta obra está protegido por Lei. Qualquer forma de reprodução, distribuição, comunicação pública ou transformação da totalidade ou de parte desta obra carece de expressa autorização do editor e dos seus autores. Os artigos, bem como a autorização de publicação das imagens, são da exclusiva responsabilidade dos autores.



À Leonor e à Íris, que durante a gestação deste livro tiveram
pressa na curiosidade de vir habitar o mundo.

A indiferença opera potentemente na história. Opera passivamente, mas opera. É a fatalidade; é o imponderável com que não se pode contar; é o que subverte todos os programas, que faz falir os planos mais bem construídos; é a matéria bruta que se revolta contra a inteligência e a estrangula. (...) Eu vivo, eu tomo partido. É por isso que odeio quem não toma partido, odeio os indiferentes.

Gramsci, *Odeio os indiferentes*

A ação de olhar, mais do que ver isso ou aquilo, é tecer um sentido para isso e aquilo.

Eugênio Bucci, *A superindústria do imaginário*

A exploração por si mesmo é mais eficaz do que a exploração alheia, porque é acompanhada por um sentimento de liberdade.

Byun-Chul Han, *A sociedade da transparência*

Os jornalistas não podem fortalecer a democracia a partir de uma torre de marfim. Eles têm que aproveitar a sua comunidade.

M. Reesa, jornalista filipina Nobel da Paz 2021

Sumário

PREFÁCIO	13
Um assunto sério, Joaquim Fidalgo	
PRIMEIRAS IMPRESSÕES	19
Na pegada da "irremediável contingência do presente"	
PARTE I – O JORNALISMO NO SEU LABIRINTO	
1. Deus não gosta de jornalistas ou as invisíveis realidades dos subalternos	35
2. Estranhas realidades a que importa prestar atenção	55
3. A inutilidade do jornalismo engraçado	81
4. Os mediadores da imparcialidade perdida	97
5. O repórter Foucault ou o filósofo na pele de "jornalista radical"	137
6. Média prósperos, jornalistas nem por isso	151
PARTE II – INTERMITÊNCIAS DA DEMOCRACIA	
7. O jornalismo enquanto democrata radical	169
8. Impaciência democrática	203
9. O jornalismo diante das fricções democráticas	221
PARTE III – EMOÇÕES, MENTIRAS E FANTASIAS	
10. O gosto agradável pela mentira	243
11. <i>Os sonâmbulos</i> das redes sociais	279
12. Inteligência superficial	299
IMPRESSÕES FINAIS	
Os piores diagnósticos são os contemporâneos	309
Agradecimentos	315
Bibliografia	317

Joaquim Fidalgo

Se há uma ideia forte que atravessa todo este livro, é a de que o jornalismo é um assunto muito sério. Seja na sua articulação umbilical com a democracia, seja no seu papel enquanto forma específica de conhecimento capaz de dar sentido às realidades que nos envolvem, seja na sua capacidade de abrir espaços para a participação cívica livre e diversa, seja na sua ação permanente de escrutínio e fiscalização de todos os poderes, seja ainda no seu contributo para a criação de laços de pertença que fazem cimento de comunidade, o jornalismo – um “bem de primeira necessidade”, como enfaticamente defende o autor deste livro – merece ocupar-nos a reflexão, o debate e a mobilização de vontades para que não renegue a sua missão e esteja à altura das responsabilidades que assumiu.

Para uma melhor compreensão do que está em causa no jornalismo hoje, e para uma maior mobilização do esforço coletivo que se impõe no sentido de o melhorar todos os dias, em todas as plataformas, o presente livro de João Figueira é um manancial de preciosos contributos.

O ponto de partida é o de que os média são, hoje em dia, uma presença avassaladora nas nossas vidas (e “nossas” de praticamente todos nós, já não só de uma pequena elite mais letrada e habituada a consumir informação), muito por força da evolução tecnológica, da revolução da Internet e da generalização dos “smartphones”. Não só vivemos com eles; vivemos “dentro deles”, como João Figueira sublinha. Daí a capacidade de influência que

têm sobre o que fazemos, pensamos e sentimos; daí a importância de percebermos esses meandros, para podermos de algum modo defender-nos deles e mudá-los, se for o caso – ou, no mínimo, termos alguma consciência de como eles funcionam. E como funcionam, então?

Ao longo destas páginas, o olhar crítico do autor revisita, com abundância de descrições concretas muito bem contextualizadas por referências teóricas, os principais problemas, ou insuficiências, ou perversões, deste ecossistema mediático em que estamos mergulhados. Um dos mais profusamente abordados por João Figueira é a dominante “lógica do instante”, que cada vez mais obriga jornais, rádios, televisões e “sites” a fazerem tudo depressa e já, mesmo com prejuízo da necessária distância e da desejável reflexão. Outro exemplo, que em parte se liga com este, é o do esvaziamento crescente das redações, obrigando a que os média cada vez façam mais com menos pessoas — tantas vezes mal pagas e precárias – e, conseqüentemente, com maior velocidade e... fragilidade. Profissionais sempre apressados e repartidos por uma multiplicidade de tarefas não têm grandes hipóteses de dar resposta adequada às exigências de uma informação que vá além do “soundbite” desenhado para captar as atenções – e para convidar à partilha. Sim, que um dos elementos críticos do modo de fazer as coisas em muito órgão de comunicação tem a ver com a conquista de “likes” e a multiplicação de partilhas pelas redes sociais, que alimentam as omnipresentes métricas com que tudo se vai avaliando.

Estas lógicas tendem a valorizar mais o pequeno “fait-divers” ou o pormenor pitoresco de uma situação, e menos o seu valor intrínseco em termos informativos. É a tal “informação desnecessária” que Figueira aponta como presença cada vez mais forte num modelo que privilegia os ditames do mercado, do consumo fácil de notícias-mercadorias leves e atraentes, sem grande necessidade de enquadramento ou reflexão. E o que predomina é, afinal, o espetáculo sobre a vida real, nesta “sociedade de ecrãs” que nos absorve por inteiro e nos mantém imersos (e entretidos) numa construção cheia de irrelevâncias.

Mas não é só a lógica do entretenimento que comanda muita da atual paisagem mediática. Como sublinha o autor, também as lógicas da publicidade e da promoção comercial capturam frequentemente a informação jornalística, subvertendo os valores de interesse público que deveriam norteá-la e cedendo (com mais ou menos vontade) aos ditames do negócio e da concorrência económica. As fronteiras tradicionalmente bem estabelecidas entre o que é do domínio editorial e o que compete à esfera comercial têm vindo a diluir-se, permitindo que produtos híbridos ocupem esse espaço ambíguo daquilo que não é jornalismo (porque não se rege por critérios e valores jornalísticos, e sim por contratos particulares de compra e venda) mas que se apresenta “parecendo ser” jornalismo.

De tudo isto decorre que, segundo defende João Figueira, é a própria democracia que fica enfraquecida, pois um dos seus pilares essenciais – o jornalismo – parece demitir-se das suas responsabilidades na promoção de uma cidadania crítica e participativa. Uma menor atenção àquilo que verdadeiramente importaria para as pessoas, uma cedência constante ao produto apelativo e de consumo fácil, uma aparente desistência de aprofundamento dos assuntos em nome de uma qualquer “imparcialidade” mal entendida, um endeusamento da técnica em desfavor do pensamento, um passar ao lado de tanto tema e tanta vida de tanta gente cuja dor “não sai nos jornais”, enfim, um conjunto vasto de perversões da nobre vocação original do jornalismo acaba por justificar, na própria expressão do autor, uma “leitura de travo pessimista” sobre os meios informativos das sociedades contemporâneas.

Isso não significa, contudo, que a causa esteja perdida e que não haja mais do que motivos de desistência sobre o que deve ser e significar o jornalismo. Pelo contrário. Ao longo de todas as páginas deste livro, João Figueira acrescenta ao diagnóstico desanimado e cru um conjunto de desafios que, encarados de frente, podem / devem mobilizar consciências e vontades, tanto nos círculos profissionais como no plano social, para corrigir trajetórias, alterar comportamentos e melhorar opções. Em nome, ainda e sempre, do interesse geral e do serviço público – o móbil que, na opinião assumida do autor, deve orientar o jornalismo.

São desafios nada fáceis. Por exemplo, o que fazer e como fazer para tornar o jornalismo mais relevante para a vida das pessoas? Ou como conseguir que as próprias pessoas se aproximem mais do jornalismo, consumam mais informação e a queiram cada vez melhor? Ou como ir sempre além do simples “narrar os factos com verdade” e procurar contar “a verdade acerca dos factos”, para evocar uma formulação já antiga de quase um século, mas sempre tão atual? Ou como garantir a viabilidade das empresas jornalísticas sem necessidade de recurso a soluções fáceis de divertimento ligeiro e sem hipoteca da sua independência? Ou como assegurar uma transparência de postura e de processos que ajude à credibilidade dos meios de comunicação e, por essa via, aumente a confiança do público no seu trabalho? Ou como não se deixar paralisar por um entendimento formalista de princípios como a objetividade ou a imparcialidade, transformando o jornalista em ingénuo “pé de microfone” apenas repetidor de declarações e contra-declarações, esquecendo a necessidade de verificar e contextualizar as notícias para as transformar de facto em informação – e esta, por sua vez, se transformar em conhecimento? Ou como tentar retirar dessa nova realidade mediática omnipresente que são as redes sociais – as tais “redes de indignação e de esperança”, na feliz formulação de Castells, aqui evocada por Figueira – todo o bom que elas também proporcionam (conhecer mais de outros mundos, alargar horizontes, dar e receber poder de fala, participar...), sem deixar que os desmandos e os abusos capturem qualquer afirmação mais positiva? E como, além disso, não esquecer que as redes têm um lugar próprio que não pode usurpar o papel específico da intermediação jornalística? Enfim, como não nos deixarmos afogar na maré crescente de desinformação, de “fake news” ou de “verdades alternativas”, que se escondem onde menos se espera e são cada vez mais difíceis de desmontar?

De todos estes desafios fala o autor deste livro, com profusão de detalhes e riqueza de argumentos. Sempre com o propósito enunciado de princípio a fim: o de reconduzir o jornalismo ao seu estatuto de serviço de interesse público, reforçando-o como um pilar incontornável da democracia, em favor de uma cidadania crítica e exigente. Nada mais que isto. E nada menos.

João Figueira nunca o diz, mas parecerá evidente a todos nós que as opções de alguns projetos jornalísticos por caminhos de superficialidade, de ligeireza, de tabloidismo e de mercantilização não vão desaparecer como que por artes mágicas. Elas não são acidentes de percurso ou modas passageiras que, num mundo ideal, mais cedo ou mais tarde se converteriam ao “bom caminho”. Não. Trata-se de escolhas bem conscientes, com uma óbvia carga ideológica e com uma clara intencionalidade económica – fazer negócio, ganhar dinheiro –, que usam o nome de jornalismo porque ele tem uma aura de prestígio e reconhecimento público, mas que de jornalismo só usam o nome. Produzem conteúdos para seduzir e entreter consumidores, não fornecem um serviço para informar cidadãos interessados na coisa pública.

Muito desse “jornalismo” está aí para ficar, porque dá poder e lucro a muita gente, sendo ingénuo pensar que mudará algum dia... Portanto, o que nos importa é garantir que essa vaga de superficialidade, ligeireza, tabloidismo e mercantilização não venha a submergir todo o jornalismo e, pelo contrário, que subsistam (e desejavelmente se multipliquem) “bolsas de resistência” que preservem e pratiquem os valores essenciais desta atividade dedicada a dar sentido ao mundo que nos rodeia. O que nos importa é assegurar que, pelo meio desta avalanche contemporânea de entretenimento, sensacionalismo e manipulação, sobrevivam – e sejam crescentemente valorizados – projetos jornalísticos orientados pelo interesse público, atentos à necessidade de acrescentar valor às notícias, escrupulosos no respeito por princípios éticos, resistentes a uma espécie de “disneylandização” da informação, empenhados em ter relevância na vida das pessoas. Em suma, e parafraseando de novo uma ideia recorrente do autor deste livro, o que nos importa essencialmente é defender e cultivar um jornalismo “defensor dos princípios matriciais da democracia”.

maio 2023

NA PEUGADA DA “IRREMEDIÁVEL CONTINGÊNCIA DO PRESENTE”

É possível que a Idade da Pedra e a Idade do Bronze tenham sido mais duradouras que a Idade do Papel.

Karl Kraus *Contra los periodistas y otros contras*

Daqui a mil anos, se o arqueólogo digital Andrew Reinhard estiver certo, vai ser impossível ver as fotos guardadas num telemóvel, porque a nuvem computacional já não existirá e, com o seu desaparecimento, toda a informação e memória armazenadas ter-se-ão inexoravelmente perdido.

Não passa de uma previsão, logo, potencialmente falível, com a agravante de que, por norma, os futuros imaginados nunca ou raramente confirmam o que se projetou sobre eles. Isso mesmo: o mundo é demasiado volátil, o que torna difícil prever o que quer que seja, como refere Michael Schudson (2022), mesmo quando ele próprio se arrisca pelos caminhos incertos das previsões sobre o futuro próximo do jornalismo.

A previsão de Reinhard alerta-nos, no entanto, para a necessidade de um certo sentido de futuro contrário ao espírito inebriante do instante que tudo quer (dar a) consumir e mostrar, segundo as lógicas imperiais da “instância da imagem ao vivo”, na expressão de Eugênio Bucci (2021, pp. 47-48), para quem a raiz contraditória do tempo presente se situa entre pensamento e mercadoria, a qual, na perspetiva psicanalítica de Lacan, significa valor de gozo.

Vivemos num tempo em que tudo é avaliado segundo uma qualquer medida de valor. Por exemplo, se tivermos em conta que o valor de mercado das *big techs* (Amazon, Apple, Google, Microsoft e Facebook) apenas é superado pelo PIB de dois países — Estados Unidos e China — talvez isso nos faça pensar acerca do poder crescentemente desequilibrado a favor dos gigantes empresariais perante a quase totalidade dos países, consequência do entusiasmo e da presença avassaladora da tecnologia no quotidiano das sociedades contemporâneas e da dimensão de entretenimento e de captação da atenção que ela possui. Isto é, (também) do seu valor de gozo.

Ora, Reinhard desafia-nos a ver que este nosso entusiasmo pelo presente tecnológico em breve será passado, e não está sozinho nesse processo. Vannevar Bush, na qualidade de diretor do “Office of Scientific Research and Development”, publicou em julho de 1945, na revista *Atlantic Monthly*, um texto intitulado “Como podemos pensar”, que tem merecido ao longo dos anos atentas reflexões, reedições e inspiradores debates acerca do trabalho de investigação e de como esta, afinal, de tão veloz e ágil, se nos escapa tantas vezes por entre os dedos. Vannevar relembra, a esse respeito, a hibernação do conceito de Mendel sobre as leis da genética, “que ficou perdido para o mundo durante uma geração inteira, porque a sua publicação não alcançou os poucos que eram capazes de compreendê-lo e ampliá-lo” (2011, p.16). Em seu entender isso só foi possível acontecer porque aquilo que é verdadeiramente importante — “significante”, segundo a sua expressão — perde-se no turbilhão das coisas irrelevantes.

Aquilo que há perto de 80 anos Vannevar Bush já sinalizava — como necessário para tornar o conhecimento acumulado mais acessível a todos — vivemos e sentimos hoje de forma ainda mais intensa, fruto de um *continuum* que, além de desprovido de memória, parece afogar e tornar acessório o que é essencial, por via das “distrações informativas que fragmentam a nossa atenção”, como escreve o filósofo e teórico dos média, Byung-Chul Han (2022, p. 94), ao entender que “o capitalismo da informação” apenas “produz a compulsão da comunicação” (p. 85).

Esta perspectiva tem implícita a ideia da comunicação permanente e do seu consumo, que privilegia as camadas superficiais da informação, onde tudo se deseja o mais imediato e rápido possível. Nesta voragem informacional diária e constante a que nos entregamos, limitamos quase toda a experiência que temos do mundo ao espaço do ecrã digital que constitui o território relacional de cada um — e por isso essa mesma experiência surge-nos desrealizada e, porventura, empobrecida. Há aqui uma contradição insanável: o ser humano é uma entidade analógica, mas tudo se passa e pensa como se ele fosse uma *persona* digital.

É inegável que vivemos tempos de mudanças rápidas e disruptivas — alguns autores preferem chamar-lhe mutações — acompanhadas de muita incerteza. Essas serão, aliás, como diria senhor de La Palice, as maiores certezas que podemos ter reforçadas pela necessidade de adaptação permanente a novos contextos e aos quadros comunicacionais e informacionais daí resultantes. A multidimensionalidade do mundo que faz com que ele nos escape e fuja, como Blaga Dimitrova nos fala no seu poema “Vespers”, para expressar a complexidade e diversidade das realidades que enfrentamos, constitui uma boa síntese dos problemas e desafios do tempo presente, em perpétuo movimento, como as águas do rio de Heráclito.

Ocorre, por isso, ressuscitar Claude Frollo, célebre personagem em *Notre-Dame de Paris*, de Victor Hugo, quando da janela da sua cela olhou a velha catedral e, com uma das mãos num livro aberto, proferiu uma sentença definitiva: *ceci tuera cela*. Era a premonição da vitória da palavra escrita sobre os suportes das artes da memória. Hoje, seremos talvez tentados a condenar ao mesmo destino a palavra, face ao poder sensorial e hegemónico da imagem. Do *logos* que durante séculos marcou a racionalidade assente no poder da palavra e do jogo argumentativo que só ela torna viável, passamos para a era do *pathos* na qual os atos de comunicação procuram estabelecer conexões emocionais através do uso de imagens e sons especialmente pensados para nos falarem aos sentidos.

— “E o que acontecerá se as palavras desaparecerem?”, pergunta a certa altura a narradora e personagem principal de *A polícia da memória* (Ogawa, 2021, p.26), questionando-se sobre o desaparecimento progressivo e misterioso de todo o tipo de objetos, mas também de pássaros e de romances, que ocorre numa ilha sem nome nem localização.

A obra, da autoria de Yoko Ogawa, fala-nos dos objetos que vão diariamente desaparecendo — incluindo partes do corpo humano — e em que o papel da polícia da memória (impossível não ver aí uma semelhança com a polícia do pensamento, de Orwell) tanto vigia e controla os passos de cada cidadão, como persegue quem ouse procurar qualquer tipo de recordação ou objeto desaparecido. Há nesse esvaziamento narrativo de Ogawa algo que nos aproxima da ideia de apagamento da memória que é produzido por algumas redes sociais, ao autodestruírem imagens e mensagens alguns segundos depois de visualizados, assim como os média, ansiosos por tocar e surpreender a cada instante, padecem de uma hipertensão informativa tal que acabam por produzir desmemória e silenciamento neste “mundo do software” (Bauman, 2001, p. 106), onde tudo é instantâneo e fugidio e, por isso mesmo, “há apenas momentos” que correspondem a “pontos sem dimensões” (Bauman, 2001, p. 106).

Num mundo assim, onde quase tudo é mediaticamente episódico, emerge um potencial de esquecimento propício a uma certa desmemória. É em boa parte por aí que vai também o pensamento de Byung-Chul Han, quando se refere à descorporização do mundo por via da sua digitalização e instantaneidade. Ele entende, de resto, que “a nossa sociedade da informação” alimenta-se do “estímulo da surpresa” (2022, p. 10), cujo processo, evidentemente, requer uma autoalimentação constante de surpresas e de renovados estímulos. Dir-se-á, recorrendo a uma expressão que Walter Benjamin empregou no contexto da construção da narrativa histórica, que vivemos um tempo saturado de “agoras” (1987, p. 229). Por outras palavras, toda a narrativa, *mutatis mutandis*, toda a informação jornalística é condicionada pelos diversos contextos em que se situa e é construída, e onde a lógica dominante de um presente cheio de pressa, normalmente desagregado dos seus

potenciais quadros explicativos, reflexivos e relacionais mostra-nos o mundo e as suas personagens como um cenário que observamos da janela de um comboio, naquela ilusão ótica em que momentaneamente não temos a certeza se somos nós ou o que enxergamos que está em movimento. Apenas sabemos que é fugaz.

Daí a dificuldade em olhar e discutir criticamente o presente (mediatizado), pela simples circunstância de que isso requer da nossa parte um trabalho paciente, persistente e meticuloso, capaz de dar forma, como diria Foucault, à nossa impaciência por liberdade (1994b). Tal modo de pensar o tempo atual exige de nós um esforço e um compromisso que não se satisfaça com o mero desenho de um diagnóstico acerca do que existe e do que somos, como se a realidade que é apresentada não pudesse ser outra — exercício interpelador que em primeira instância deve caber ao jornalismo desenvolver, como se buscasse com esse esforço inabalável uma espécie de transcendência da atualidade. Só percebendo, pois, a irremediável contingência do presente, na expressão de Foucault (1994b), e tendo-a em devida conta, será viável construir uma compreensão do nosso tempo — e também por isso a possibilidade de o transformar. Essa ontologia do presente, como lhe chama ainda Foucault, implica, assim, a compreensão, logo, acesa discussão acerca do que pensamos e porque pensamos o que dizemos. Traduzindo essa operação para as práticas jornalísticas, dir-se-á que ela corresponderá a uma auto-hermenêutica, na medida em que constituiria um processo reflexivo que o jornalista deveria realizar sobre o seu próprio dizer; isto é, acerca dos conteúdos textuais que produz no quadro do seu agir profissional.

A informação e as audiências tribais

Como muito apropriadamente escreve Regis Debray, citando Haudricourt, o que verdadeiramente “carateriza uma ciência é o ponto de vista e não o objeto” (2004, p. 11). Onde, aquilo que nos mobiliza neste ensaio dividido em três partes num total de 12 capítulos, é a construção de um ponto de vista como proposta de uma subjetividade assente na discussão em torno do papel, da presença e da função dos média numa contemporaneidade

complexa, contraditória e fugaz — dir-se-ia indeterminada e incerta —, onde fenômenos como a pós-verdade, desinformação, falsidade e discurso de ódio assumem inegável protagonismo, num quadro em que tanto o jornalismo como a democracia vivem dias difíceis e tempos dilemáticos.

Diante de tanta incerteza é prudente até perguntarmo-nos com que critérios devemos olhar e procurar entender os processos e mecanismos atuais da informação, quando esta parece ter saído definitivamente da alçada centenária do campo jornalístico onde criou raízes e frutificou durante anos. Porém, é conveniente não confundir a ideia de liberalização da comunicação, no sentido em que os atuais dispositivos móveis e tecnológicos permitem que cada um produza e distribua livremente informação, com a que é feita e veiculada segundo os padrões normativos do jornalismo. O problema é que estes profissionais e suas organizações dificilmente têm vindo a resistir à influência e contágio de áreas diversas, entre as quais sobressai a abstrata e totalitária noção de mercado.

Daí que, na visão de McKenzie Wark (2019), habitemos um tempo demasiado apressado e em cujo seio se afirma uma nova classe — que a autora designa de vectorialista — que domina a informação e a trata como uma mera mercadoria geradora de valor, pelo que os respetivos processos de produção e de trabalho apenas buscam a otimização do consumo. Neste capitalismo da sedução, ao qual Lipovetsky (2019) se refere, tudo é mercadoria, tudo é mensurável e tudo gira de acordo com a sua lógica de funcionamento e de objetivos, incluindo o jornalismo.

A entrevista dada por Meghan Markle a Ophra Winfrey, em março de 2020, e transmitida pela CBS, é um bom exemplo dessa lógica do capitalismo da sedução. Em plena pandemia, e minutos após a transmissão no mesmo canal televisivo norte-americano, do programa *60 minutes*, dedicado a situações dramáticas de pessoas que perderam tudo e que passaram a viver na maior miséria, foi a conversa entre o casal de aristocratas e a celebridade Ophra Winfrey que mereceu destaques, análises e retransmissões à escala global.

Os processos de comunicação e de mediação de informação revestem-se, por isso, de capital importância. Em “A ponte e a porta”, texto originalmente publicado em 1909, Simmel (1996) apresenta-nos o ser humano como elo de ligação e entidade superadora de limites que impõe para si próprio. Trata-se de uma metáfora sobre o lugar do homem num dado espaço, na qual o autor nos fala das possibilidades acerca da comunicação e do papel que “a ponte e a porta” desempenham nesse processo que pode ser de isolamento, mas que é especialmente de abertura, de liberdade e de libertação. Porque a ponte, no fundo, tanto “simboliza a extensão da nossa esfera volitiva no espaço” (Simmel, 1996, p. 11), como representa a vitória e a superação da vontade humana diante da “exterioridade espacial” (p.11). Este esforço de engenharia na união e aproximação física das margens que só a ponte permite, constitui, ela própria, a mesma possibilidade mental de relação entre factos distintos e dissociados — cuja apreensão, na perspectiva de Simmel, está quase sempre impregnada de fortes camadas de ambiguidade —, que cabe ao processo de mediação jornalística resolver de forma competente: “num sentido imediato assim como simbólico, corporal e espiritual, a cada instante somos nós que separamos o que está ligado ou voltamos a unir o que está separado” (Simmel, 1996, p. 10).

Esta capacidade de união ou de separação que uma ponte permite traduz-se, na ação jornalística, em construções textuais incorporadas dos elementos suficientes e desejáveis tendentes a dar o necessário sentido, coerência e consistência à narrativa assim construída. Esta, por sua vez, como se explicita e defende ao longo da presente obra, é resultado de uma dada posição ideológica e visão de mundo, o que significa que se olha para a noção de imparcialidade como um mito ou, se se preferir, como uma impossibilidade resultante, justamente, da potência subjetiva dos indivíduos perante o mundo real, como a este respeito defende Adelmo Filho.

Vale a pena, de resto, a este propósito, recordar o filme *Rashomon: às portas do inferno* (1950), de Akira Kurosawa, onde a mesma estória é vista e contada de maneiras diferentes por cada uma das seis personagens. Desde então, a noção de “efeito *Rashomon*”, que a psicologia, mas não só, há muito

capturou, serve para mostrar a impossibilidade de obter a verdade sobre um evento, enquanto narrativa única, sempre que há divergência de pontos de vista por parte dos respectivos observadores. Eis, em síntese, um dos problemas do trabalho jornalístico, cuja acuidade hoje se coloca e deve analisar de forma muito especial, devido aos contextos sociais e políticos crescentemente crispados e dos quais, não raramente, emergem focos preocupantes de radicalismo que cabe aos média noticiosos saber tratar.

Daí a oportunidade das palavras de Rancière, quando ele diz que “a democracia, como forma de vida política e social, é o reino do excesso” (2014, p. 17), expressando dessa maneira o paradoxo da vida democrática, cuja vitalidade constitui, afinal, o seu maior risco. Significará isso que residirá, também, no excesso de liberdade de informação (e de opinião) a maior ameaça para o jornalismo? Como interpretar as suas atuais práticas apostadas no puro dissenso e nas polarizações mobilizadoras, a partir do uso e recurso às redes sociais e às suas lógicas comunicacionais tão pouco interessadas na veiculação de conteúdos verdadeiros, porque vivem do fascínio da partilha, a qual, entretanto, se tornou também um valor-notícia, por via das mutações que os médias têm vindo a introduzir nos seus processos de produção? Estará entre os seus objetivos, dentro desta linha estratégica que privilegia a ideia de combate e duelo — como ilustramos no capítulo 3 —, em detrimento do debate esclarecido, a prossecução da teoria democrática da informação? Onde fica e se encontra, afinal, o conceito de interesse público que faz do jornalismo e da informação um direito constitucionalmente protegido, porque tem implícita a finalidade de contribuir para uma cidadania mais bem informada e esclarecida?

O problema é global e será tanto mais grave quanto mais refém o jornalismo estiver das redes sociais, dos algoritmos e de todas as lógicas do mercado e do entretenimento. Em 2022 um grupo de investigadores (Zelizer *et al*) publicou uma curta, mas assertiva obra, *The journalism manifesto*, em que partindo de um diagnóstico que há muito vem sendo feito, proclamam abertamente que o jornalismo, para sobreviver, tem de escolher um de dois

caminhos: a reforma ou a revolução. O livro avança algumas propostas, mas chama igualmente a atenção para os fenômenos contemporâneos que caracterizam as audiências — são tribais, emocionais, expressivas e céticas — que não devem ser descurados no âmbito da introdução de novos modelos de relacionamento com elas e na produção de informação que lhes seja útil, o que implica um conhecimento mais apurado dos respetivos públicos.

A perspetiva que seguimos repousa não apenas na ideia de que habitamos e nos comunicamos dentro de um ecossistema mediático relativamente novo, como as nossas relações sociais — seja do foro pessoal e privado, seja da esfera profissional — coexistem e inscrevem-se na lógica capitalista do que alguns autores definem como revolução digital. Esta, todavia, não é aqui entendida apenas na sua vertente tecnológica, mas sobretudo, na ótica das práticas desenvolvidas pelos conglomerados digitais que superam já, com o seu capitalismo de vigilância, na expressão crítica de Zuboff (2020), ou como “superindústria do imaginário”, na definição de Bucci (2021), a dimensão exploradora e desumana que marcou a Revolução Industrial no século XIX:

Do ponto de vista ético, o que se passa hoje é pior do que aquilo que se passou na Revolução Industrial. Não, não é exagero. Pensemos por um minuto. O que é o capital que se apropria de 16 ou 18 horas diárias de trabalho de uma criança comparado ao capital que, dois séculos depois, se apropria dos processos mais íntimos da formação da subjetividade de outra criança, durante as 24 horas do dia? O que é o capital que não respeita o esgotamento das forças físicas do corpo humano comparado ao capital que viola todas as fronteiras da privacidade e da integridade psíquica de uma pessoa? O que é o capital que se apossa da mais-valia do trabalhador comparado ao capital que, além da mais-valia do olhar, rouba os segredos sobre os medos, suas ansiedades e as paixões daqueles a quem chama cinicamente de “usuários”? O que é o capital que extenua até a alma seus operários comparado ao capital que, além de explorar o trabalho, transforma o tempo de lazer em formas não declaradas de exploração e de ainda mais trabalho? O que é o capital que rouba a força

muscular de uma criança comparado ao capital que lhe rouba, além da infância, a imaginação que ela poderia ter? O que é o capital que manda a tropa de choque reprimir greves comparado ao capital que se instila no desejo de garotos e garotas, ainda na primeira infância, para matar, lá dentro, qualquer centelha de rebeldia futura? (Bucci, 2021, pp. 413-414).

A novidade é que nós somos hoje, de alguma maneira, cúmplices ou aliados em todo este processo. Da mesma maneira que o sujeito produtivo se entrega livremente à sua autoexploração, ou seja, o “ser explorado é simultaneamente o que explora” (Han, 2014b, p. 23), mais de 150 milhões de cidadãos, até dezembro de 2019, tinham disponibilizado livremente os seus dados e fotos à empresa russa sediada em S. Petersburgo, Wireless Lab, proprietária do aplicativo *FaceApp*, através do qual é possível antecipar a imagem envelhecida de uma pessoa. Cada uma, de forma livre e individual, quase automática, abre mão da sua privacidade. O velho álbum familiar de fotos e as conversas antes tidas apenas com os amigos mais próximos são agora partilhados e escancarados publicamente, sem pudor e com vaidade. Porém, ao mesmo tempo que esta se exhibe, há toda uma quantidade de dados gratuitamente disponibilizados pelas pessoas.

Contra a *disneylandização* do jornalismo

É dentro deste quadro geral de ideias e de preocupações com que temos estado a pontuar estas *Primeiras Impressões*, que o presente livro está pensado e foi desenvolvido. Em rigor, começou a ser “escrito” a partir das interpelações feitas nos espaços de aula, pelos alunos, seguidas, quase sempre, de novas perguntas e de mais dúvidas do que respostas e posições definitivas. Mobiliza-nos, de resto, muito mais a irregularidade e incerteza do caminho do que a tranquilidade da chegada.

Dividido em três partes — “O jornalismo no seu labirinto”; “Intermitências da democracia”; e “Emoções, mentiras e fantasia” — num total de 12 capítulos, o livro procura discutir e discorrer acerca das práticas jornalísticas e do papel do jornalismo num contexto geral de crescente incerteza e afirmação

da mentira e falsidade, tendo em conta a sua inserção e atuação na vida democrática, sem ignorar os comportamentos e as influências proporcionados pela atual paisagem comunicacional, onde sobressai o poder desregulado das redes sociais.

Por outro lado, o regresso de um mundo bipolar como o que estamos a viver, em consequência dos alinhamentos que as recentes geopolíticas vêm desenhando com impactos evidentes na informação que é produzida, impõe em nosso entender que se revisitem e discutam, se possível coloquem em causa, noções relativamente sedimentadas como a de imparcialidade, emergindo aqui a defesa do conceito de transparência como ritual estratégico. Consequentemente, é inevitável trazer à colação o debate em torno das invisibilidades e do Outro — daquele que é diverso e diferente, que vive nas margens ou nas periferias, capaz de provocar estranheza, mas por isso mesmo mais relevante e imprescindível ao olhar interpelador do jornalismo, não obstante, tantas vezes, a sua pouca disponibilidade e abertura para essa descoberta e revelação. Sendo que estamos diante de fenómenos que podem ser de natureza coletiva ou individual, mas que, sobretudo, refletem relações de poder, o poder que cada um possui, o que inevitavelmente se estende ao modo e atenção como os média os olham também.

Embora seja evidente desde a primeira linha, queremos assumir da maneira mais transparente e inequívoca que o pensamento orientador dos textos deste livro, sustentado em bibliografia nacional e estrangeira de referência: 1) é defensor de um jornalismo de interesse público; 2) assume que os conteúdos (textos e/ou imagens) jornalísticos são construções ideológicas; 3) tem uma visão distanciada e crítica face ao modelo capitalista neoliberal; 4) considera que as lógicas dominantes de produção noticiosa privilegiam o imediato, descurando os necessários enquadramentos; 5) defende que o jornalismo — que reivindica a liberdade de informação e de opinião e ainda o livre acesso às fontes —, tem o dever ético de ser um defensor inalienável dos princípios matriciais da democracia, os quais adota para sua própria regulação e funcionamento; 6) considera que as decisões jornalísticas devem ser

tomadas exclusivamente com base nos princípios fundamentais da profissão; 7) opõe-se à ideia de uma disneylandização da informação jornalística.

Os dois primeiros capítulos — “Deus não gosta de jornalistas ou as invisíveis realidades dos subalternos” e “Estranhas realidades a que importa prestar atenção” — desenvolvem um conjunto de tópicos sobre a presença avassaladora dos média no cotidiano das sociedades contemporâneas, ao ponto de nós próprios vivermos dentro deles. Tal não impede, todavia, a contínua existência de invisíveis realidades ou materialidades mediaticamente cegas, ao ponto de a certa altura se colocar a pergunta mais evidente: “para que serve o uso da total liberdade de pensar e escrever”, que se consubstancia em toda a liberdade para olhar e para questionar, “se se insiste na perpetuação das mesmas ideias e na reprodução de esteriótipos que, dominando o espaço mediático, criam, no seu reverso, universos de invisibilidade?”.

Os chamados “desertos de notícias”, a par da escassa diversidade (que vai das fontes e protagonistas da informação, até às próprias redações), à dicotomia centro-periferia, para culminar em nova pergunta: “se a missão do jornalismo é informar as pessoas, onde está a evidência de que o seu trabalho é bem sucedido?”, completam o primeiro puzzle que constituem os dois capítulos iniciais.

Em “A inutilidade do jornalismo engraçado”, capítulo 3, pretende-se mostrar a irrelevância e o desajustamento de práticas que se aproximam mais das lógicas do entretenimento que da informação, ao mesmo tempo que se problematizam algumas ideias feitas sobre os tablóides e os processos de diálogo e aproximação da imprensa popular junto de franjas da população tendencialmente ignorada pelos média de referência.

Os capítulos 4 e 5 complementam-se. Em “Os mediadores da imparcialidade perdida” propomos um regresso ao debate em torno de conceitos há muito consagrados, como os de subjetividade, de objetividade e de imparcialidade. Pretendemos mostrar que esta é uma impossibilidade — e não vemos nisso alguma fragilidade — defendendo a transparência como prática operativa possível, desejável e potenciadora de reforçar os laços de confiança entre os

públicos e os média. É também uma oportunidade para discutir critérios de noticiabilidade e para debater práticas profissionais alheias aos princípios que as devem nortear.

Mais estranho à primeira vista pode parecer a abordagem proporcionada pelas “reportagens de ideias” do filósofo Foucault (capítulo 5). Além de este capítulo proporcionar uma revisitação à ideia do jornalismo como profissão aberta, ele discorre e tenta mostrar uma perspectiva do jornalismo como relato gnoseológico da realidade, abrindo, com as múltiplas pontas que são levantadas, todo um vasto manancial de tópicos a merecer reflexão e debate.

A Parte I termina com um capítulo onde se argumenta, com números, que os resultados financeiros dos grandes grupos de média são bastante diferentes, para muito melhor, dos baixos salários e das situações de precariedade de emprego que assolam os jornalistas. O modo como os grandes grupos mediáticos parecem estar pouco interessados e nada comprometidos com as causas da democracia é uma das ideias transversais do texto.

Os três capítulos da Parte II relacionam a afirmação do jornalismo e a sua responsabilidade social no quadro das sociedades democráticas. Mas também enquanto ator social na luta pelas justas causas da liberdade. Discute-se, portanto, o trajeto — melhor, os trajetos — do jornalismo nos processos de construção da vida democrática e como tantas vezes a fragilidade de uma é o reverso da vulnerabilidade do outro. Neste contexto, achou-se por bem mergulhar nos clássicos para cotejar a atualidade do pensamento de Dewey e de Lippmann, que há um século travaram histórico debate. Hannah Arendt e Innerarity são igualmente convocados para a discussão, a fim de, com as suas reflexões, nos ajudarem a perceber melhor o tempo presente e o lugar dos média nesse quotidiano, impossível de cotejar desgarrado da ação política.

A terminar, os capítulos da Parte III olham atentamente para os fenómenos das redes sociais e para a irracionalidade dos comportamentos desviantes que fazem da mentira e da desinformação a sua batalha diária. Há muito preconceito e radicalismo em todas essas atitudes que, de resto, como

ilustramos com o caso que levou Voltaire a escrever o seu *Tratado sobre a tolerância* e ao recordarmos alguns dos trabalhos de Gabriel Tarde, facilmente concluímos que são muito antigas estas situações tão do nosso tempo. Comparamos esta degradação de valores aos *sonâmbulos* da trilogia de H. Broch, ao mesmo tempo que a um outro nível recuperamos algum do pensamento de Ortega Y Gasset produzido quando da emergência dos regimes autoritários na Europa, observando no “homem-massa” de então uma espécie de antecipação ao “homem-rede” da atualidade.

A obra termina com um afloramento à Inteligência Artificial e ao modo como esta vai alterar rotinas e processos de trabalho e de organização no seio das redações. Aqui, ao discurso entusiasta e vitorioso da perspectiva tecnológica, propomos a visão prudente baseada na experiência de que mais e melhores máquinas, por si só, não produzem melhor jornalismo.

Sobressai em toda esta abordagem a ideia de que sendo o jornalismo um bem de primeira necessidade, a sua razão de ser reside na relevância social e no inestimável papel enquanto agente credibilizador de informação que desempenha. E como no passado e em várias geografias foi um estandarte crucial na defesa da liberdade, na luta contra as desigualdades e a injustiça, também hoje, num quadro político crescentemente complexo e de reconhecida incerteza, consideramos que continua a caber ao jornalismo esse papel que tem singularizado a sua missão, ao ponto de o seu livre exercício possuir proteção jurídico-constitucional em muitos países, incluindo Portugal.

O JORNALISMO NO SEU LABIRINTO

Schmock, figura central da peça *Os jornalistas*, do austríaco Gustav Freytag, proclama a certa altura, como forma de valorização dos seus atributos profissionais, que aprendeu a escrever para todas as tendências, sejam de direita ou de esquerda. Esta ideia de adaptação tática às circunstâncias revelará, na sua tradução para o agir jornalístico contemporâneo, um acomodamento às vontades empresariais e do mercado, traduzível numa indisfarçável proletarização da função.

Confrontados com o regresso a um mundo bipolar num contexto mediático onde o jornalismo, como apontam Nichols e McChesney (2013, p. 190), “é continuamente sacrificado no altar do lucro”, é crucial a existência de profissionais com perfil de atuação oposto ao de Schmock. Olhemos, então, para tais encruzilhadas como se elas, à semelhança de uma das personagens de García Márquez, constituíssem o enorme labirinto em que o jornalismo hoje se encontra. E tal como o velho general confrontado com o destino da morte próxima perguntava “como vou sair deste labirinto?” (p.266), também o jornalismo deve perguntar o mesmo, sob pena de não escapar a um destino que o está a matar aos poucos.

1. DEUS NÃO GOSTA DE JORNALISTAS OU AS INVISÍVEIS REALIDADES DOS SUBALTERNOS

Devemos o jornalismo ao Cristianismo

Teixeira de Pascoaes, *Dois jornalistas*

“Above all, no journalists”.

Esta terá sido, no pensamento especulativo de Jacques Derrida (2001, p. 56), a ordem transmitida por Deus a Abraão, quando este, no monte Moriah, se prestava para sacrificar seu filho Isaque, como prova e manifestação de fé. Num ensaio sobre a mediatização da religião, Derrida discorre sobre o que terá, então, Deus dito a Abraão, com o objetivo de manter no mais absoluto sigilo essa prova de fé e imagina uma hipótese: “tudo isto deve permanecer no mais absoluto segredo entre nós. Deve constituir um assunto incondicionalmente privado, inacessível e que apenas aos dois diz respeito” (Derrida, 2001, p. 56).

Ao impedir a consumação do ato fatal no último instante, Deus terá feito questão, na leitura de Derrida, de prevenir por mais de uma vez Abraão que “nenhum mediador deve existir entre nós (nem sequer Cristo, que terá sido o primeiro jornalista), (...), nem os média (...), muito menos jornalistas, nem sequer confessores ou psicanalistas: não deves falar sobre isto com ninguém” (Derrida, 2001, p. 56, 57).

À luz dos atuais princípios noticiosos, esta passagem do Gênesis (22:1-19) constitui a primeira narrativa de uma incitação ao crime que, na visão imaginada de Derrida, Deus desejou silenciar, para lhe retirar a respetiva dimensão mediática. E não sendo noticiada não

existiu. Com sua atitude pioneira, Deus antecipou a função e o poder da fonte institucional contemporânea no intrincado processo noticioso, embora concentrando em si — fruto da sua onipotência — a representação de dois papéis inconciliáveis: o de protagonista da ação e o de decisor acerca da (im) possibilidade de esta poder ou não ser noticiada.

A ter existência, esse seria, no dizer de Baudrillard (1996), o mundo da simulação, onde o problema da verdade ou da realidade é resolvido “pela profusão de imagens onde não há nada para ver” e em que Deus aproveitaria para desaparecer sem resistir “à pulsão de não deixar marcas” (1996, p. 27).

Na visão pessimista do sociólogo e filósofo francês os média do nosso tempo como que substituem os iconólatras de Bizâncio quando, ao simularem a existência de Deus através da sua imagem, mais não fazem que mascarar a realidade contemporânea através de processos de simulação técnica. No mundo teatral e de representações dos nossos dias ou, para usar a expressão de Byung-Chul Han, nesse imenso mercado “onde se expõem, vendem e consomem intimidades” (2014a, p.53), os média são agora esse espaço de fé, as novas igrejas de reminiscências medievais onde os fiéis apreendiam as mensagens religiosas através de imagens. Hoje estas guiam os cidadãos, crentes de que, através delas, acedem à realidade — porque a olham e parecem vê-la, mesmo que a não entendam.

O mundo está tão demasiadamente presente, como diria Wolton, que a sua imediatez e proximidade, como a relação entre Deus e Abraão, nos embala no doce engano de julgarmos que a possibilidade de tudo ver é idêntica à capacidade de tudo compreender. Há muito que sabemos, no entanto, que tal é impossível, sobretudo agora quando o excesso de informação mata a sua compreensão, uma vez que esta deixou de ser a escolha entre diversos acontecimentos, para se tornar, “simplesmente, a sua soma”, como já antecipava Wolton (1999, p. 225) no final do século passado.

À semelhança de Deus, também agora a omnipresença dos média — que, por força da sua ação, interferem na remixagem das categorias da vida quotidiana — acabou por torná-los invisíveis, no sentido em que nos tornamos

cegos para aquilo que mais molda as nossas vidas, como oportunamente assinalou Mark Deuze (2011). Esta permanente mediação de tudo, na ótica do mesmo professor da universidade de Amsterdão,

é baseada na crescente invisibilidade dos média que, por sua vez, os torna indivisíveis de todos os aspetos da vida quotidiana. No momento em que os média se tornam invisíveis, o nosso sentido de identidade, e de facto a nossa experiência da própria realidade, torna-se irreversivelmente modificada, porque mediada (Deuze, 2011, p. 140).

E que realidades são mediadas pelos média? Perguntando o mesmo de outra maneira: que mundos nos mostram e de que nos fala, genericamente, a narrativa jornalística? Usando do seu atual poder de ubiquidade será que ela nos fala de tudo e fala de todos e com todos? O filósofo francês Merleau-Ponty, cujo pensamento foi influenciado pela fenomenologia de Husserl e que teve como ponto de partida o estudo da percepção, considerava que “talvez não haja uma só notícia do cotidiano que não possa dar ensejo a pensamentos profundos” e que o gosto pelas notícias “é o desejo de ver, e ver é adivinhar numa ruga do rosto um mundo inteiro igual ao nosso (1991, p. 349).

O foco de Merleau-Ponty não são os estudos do jornalismo, mesmo quando escreve que “há um bom e um mau uso das notícias do cotidiano” (1991, p. 350), mas a percepção e o entendimento das entrelinhas da realidade. Interessa-lhe perscrutar aquilo que é revelado e o que essa mesma revelação pode esconder — a partir da singularidade de uma ruga, realidades outras que se compaginam com aquela. Embora escrito em dezembro de 1954, esse curto texto intitulado “Sobre as notícias do cotidiano”, que surge quase no final da sua obra *Signos*, mantém uma vigorosa atualidade, porquanto ele é ao mesmo tempo uma chamada de atenção e um apelo para a valorização dos pequenos gestos e atitudes do dia-a-dia de milhares de cidadãos. “O pequeno caso verídico — argumenta — não precisa ser heroico nem gracioso. Pode ser uma vida que se sufoca e se perde na organização social” (1991, p. 351).

Tal como muitos escritores do Romantismo foram capazes de olhar para o quadro social do seu tempo e dar-lhe uma crítica visibilidade literária, Merleau-Ponty faz sobressair nessas suas reflexões o dedo do repórter que não foi: “os pequenos casos verídicos não são destroços da vida, e sim sinais, emblemas, apelos” (1991, p. 351). E apesar de não evitar as linhas paralelas entre o jornalismo e a literatura, o filósofo atribui às notícias, designadamente às que estão longe de procurar a beleza, a especial capacidade de, com a sua veracidade, poderem ser tão poderosas e desconfortáveis, ao ponto de causarem feridas na consciência:

A mesma luta interminável contra a desgraça, o mesmo jogo esgotante com as leis, com os regulamentos, com as necessidades, levam hoje aos dispensários mulheres extenuadas, loucas: viver com mais três pessoas num cômodo, levantar-se e fazer as crianças levantarem-se às cinco horas para ter espaço para preparar a refeição, levá-las à zeladora que as olha até à hora da aula, viajar uma hora e meia de ônibus e de metro para ir trabalhar em Paris, voltar às oito horas da noite para fazer as compras e o jantar, recomeçar no dia seguinte e, após alguns anos, não aguentar mais — eis algumas revelações que os jornais poderiam sem inconveniente oferecer aos leitores mais jovens (Merleau-Ponty, 1991, p. 351).

Será que estas pistas e dados encontram acolhimento na definição do critério de noticiabilidade proposto por Mauro Wolf, em *Teorias da Comunicação*?

Conjunto de elementos através dos quais o órgão informativo controla e gere a quantidade e o tipo de acontecimentos, de entre os quais há que seleccionar as notícias (...) podendo definir os valores/notícia como uma componente da noticiabilidade. Estes valores constituem a resposta à pergunta seguinte: quais os acontecimentos que são considerados suficientemente interessantes, significativos e relevantes para serem transformados em notícias? (Wolf, 1994, p. 175).

Se, no seio dessa organização social dorida, as realidades que ferem, e por isso mesmo significativas e relevantes para serem transformadas em notícias, muitas vezes não o são, isso significa que o jornalismo não vê ou não

presta a devida atenção a todo um conjunto diversificado de acontecimentos que, por via dessa ausência noticiosa, se tornam socialmente invisíveis. Como se um sussurro percorresse cada redação e esta, respeitosamente, escutasse e cumprisse a recomendação divina: “above all, no journalists”.

Estranheza jornalística perante o Outro

Em setembro de 2004, na conferência inaugural do ano letivo da Escola Superior Europeia Padre Józef Tischner, em Cracóvia, Ryszard Kapuscinski apontou para o caráter paradoxal da comunicação e informação contemporâneas, ao sublinhar que, apesar do evidente crescimento da globalização dos média, “aumenta a superficialidade, a falta de coesão e o caos. Quanto maior o contacto com os média — frisou o histórico jornalista polaco — maior é a solidão e o desnorreamento (Kapuscinski, 2009, p. 78).

O título da conferência era “O Outro na aldeia global”, tema que muito o interessava e ao qual dedicou substancial reflexão. Procurar perceber o Outro para lá da visão que durante séculos dominou a cultura ocidental europeia, que reduzia o “nós” a “toda a gente” — quando, na realidade, esse “nós” tinha que ver e se referia apenas a nós, europeus — mobilizou a atenção de Kapuscinski, que via no desbravar dessa inquietação um problema ético a resolver.

Inspirado na filosofia do diálogo de que Emanuel Lévinas é uma das referências, o jornalista polaco considera que “todos navegamos no mesmo barco”, no sentido em que “somos uns e Outros para os Outros, eu perante eles, e eles perante mim” (Kapuscinski, 2009, p.90). Isto é, somos e seremos sempre os Outros para aqueles com quem nos relacionamos. Tal posição afasta-se claramente do sujeito sociológico caracterizado por Stuart Hall, que marcou a visão de boa parte do século XX. Os Estudos Culturais, que evidenciam as fragilidades do sujeito racional respaldado na ciência e convencido de possuir uma identidade estável e inabalável, como confiava o sujeito sociológico, põem em causa essa ideia de estabilidade, por força de um crescente “descentramento identitário” (Góes, 2021, p. 187).

Estamos, pois, longe da noção de proximidade que a vida e a experiência comum e partilhada no espaço da aldeia proporcionavam a cada um e ao grupo. Nesse tempo antigo e longínquo, a comunicação fazia-se pela palavra e também pela proximidade e pela convivência. As sociedades contemporâneas, contudo, no entender de Kapuscinski, “assemelham-se mais a uma multidão anónima nalgum grande aeroporto — uma multidão de pessoas a correr, indiferentes e desconhecidas” (2009, p. 79).

Num ensaio em que discorre sobre “a fabricação dos invisíveis na história do Brasil”, Cristian Góes mergulha no essencial da filosofia do diálogo e no pensamento que Kapuscinski desenvolve em *O Outro* (2009) — monografia que reúne as quatro conferências que deu sobre esse tema —, para suscitar a discussão em torno das identidades e, por consequência, da noção de centralidade e periferia. O que subentende a ideia de poder aplicado à linguagem e à construção narrativa, logo, ao sujeito da notícia e da informação jornalística.

Sucede, no entanto, que neste “mundo cada vez mais complexo, de fronteiras opacas entre centros e periferias” (Góes, 2021, p. 187), mas onde, ao mesmo tempo, foi ganhando solidez a ideia de globalização, tem-se a ilusão de proximidade e de um conhecimento consentâneo com as possibilidades tecnológicas e comunicacionais desse alcance global, não obstante a invisibilidade jornalística de certos setores sociais sem o menor poder de uso e acesso à palavra.

Curiosamente, no entanto, faz parte da cultura jornalística dizer que a sua finalidade é mostrar, revelar, dar a conhecer. Alguns média e espaços informativos chegam, inclusivamente, a afirmar que nos dão o que de essencial aconteceu no mundo e que, por via dessa nossa observação, ficamos a conhecer o que se passou à escala planetária. Na verdade, ficamos a saber apenas o que se passou nesse espaço de informação. No entanto, nessa forma autopromocional do trabalho e, ao mesmo tempo, tão redutora e simplista no modo como pretende organizar a complexidade e inteligibilidade desse mundo de que escolheu certos fragmentos para falar, existe uma

espécie de promessa ou de contrato tácito cujas garantias de pleno cumprimento são difíceis de confirmar.

Cristian Góes, na sua mais recente obra, *O jornalismo e a experiência do invisível*, começa precisamente por evidenciar que “o jornalismo é antes de tudo uma promessa, um conjunto organizado de juras que nem sempre pode garantir aquilo que prometeu” (2022, p. 27), pensamento que nos remete para a ideia de invisibilidade enquanto probabilidade marginal ao discurso noticioso. Ofuscados pela normalidade presentista dos protagonistas (sociais, políticos, económicos, culturais e outros) e dos temas que eles impõem aos média, os quais, por sua vez, raramente mostram disponibilidade, abertura e iniciativa para irem em busca do que é diferente, do tal Outro em sentido amplo, não resta aos “invisíveis” do espaço informativo outra opção senão a de tentarem ser disruptivos.

É neste contexto que aproveitamos a proposta do mesmo investigador de Minas Gerais, que a propósito da questão das identidades invisíveis e da cultura elitista que as cerca (Góes, 2021), defende a politização do regime do visível nos seus espaços narrativos. O objetivo, nessa linha de raciocínio, é que esse Outro, o periférico, quase sempre marginalizado do ponto de vista das narrativas noticiosas, salvo por maus motivos, se intrometa e interfira na estabilidade narrativa dominante para se fazer visível e, assim, levar à implosão do regime (informativo) que, por regra, o ignora para que não o reconheçamos.

Mesmo nessas circunstâncias, não é certo que a informação jornalística se mostre especialmente interessada por essas periferias (sejam elas quais forem) e, sobretudo, em perceber o seu pensamento e ação. Basta olhar para alguns dos maiores e recentes conflitos militares do pós-II Guerra, como os do Yemen e da Syria/ISIS ou ainda a Intifada, entre outros, para constatar-mos a desconcertante e desigual visibilidade das suas populações no espaço mediático, apesar da apreciável média de civis mortos e respetivas percentagens em relação ao total de vítimas registado¹. Até os grandes conflitos,

1. Para mais detalhes sobre estes tópicos ver Khorram-Manesch (2021).

consoante a geopolítica em causa, merecem cuidados e atenções noticiosas muito diversas e desiguais².

Essa dimensão do Outro, que pode resumir-se na ideia do que é diferente de mim ou que está para lá do que eu sou e represento, no plano individual ou coletivo, é algo a que o jornalismo não deve nem pode ficar indiferente. Numa palavra, a visão do mundo sem esse olhar e perspectiva fica indiscutivelmente mais pobre e incompleta.

Universos de invisibilidade

A experiência do invisível no jornalismo constitui, aliás, tema de uma instigante análise levada a cabo por Cristian Góes (2022), a partir da pesquisa que fez nos jornais *Folha de São Paulo* e *O Globo*, sobre o regime de visibilidade da CPLP, por ocasião dos seus 20 anos. Tal pesquisa tem a virtualidade de nos desafiar a olhar para as costuras das realidades construídas pelos média. Ou seja, em vez de permanecermos presos apenas naquilo que eles nos dizem e mostram — e que, de certa forma, tem constituído ao longo dos anos generoso alimento para incontáveis análises — o autor prefere atender ao que está ausente, ao que não é dito nem revelado, de forma reiterada. Se esse silenciamento não for pontual nem ditado por dificuldades ou impedimentos circunstanciais,

mas se estender ao longo do tempo, ingressa-se em uma experiência jornalística cuja proposta é a da *invisibilização por ausência*. Todavia essa ausência não é o nada, não é o vazio; ao contrário, é um objeto, o inexistente está ali, prenhe de sentidos, como uma ausência presente a exigir do sujeito a ação interrogativa e narrativa (Góes, 2002, p. 231).

Esta ideia de invisibilidade — também presente na versão do Gênesis (22:1-19) que praticamente ignora e silencia Isaque, vítima de tentativa de homicídio — é percebida como fazendo parte da realidade, isto é, integra a

2. Vale a pena relembrar a conhecida “lei de McLurg”, tantas vezes referenciada de forma sarcástica, mas reveladora do centralismo ocidental e europeu, que estabelece uma codificação e escala de noticiabilidade para grandes desastres: um europeu equivale a 28 chineses, dois mineiros galeses equivalem a 100 paquistaneses.

mesma moeda do visível, no sentido em que são “modos do *mesmo Ser*, no próprio *Ser*” e por isso, sustenta Góes, “complementares entre si” (2022, p. 69). O que releva, portanto, a pertinência em se olhar e refletir acerca dos tais regimes de invisibilidade num contexto social e mediático onde tudo parece estar à vista, mas onde os média, na expressão de Muniz Sodré, são sobretudo “a boca orgânica do mercado” (2009, p. 132).

Organizados predominantemente segundo lógicas empresariais, os média não podem, com efeito, atraiçoar os interesses e objetivos dos acionistas que os criaram e cujo rumo influenciam:

Ignoro o que será o *El País* agora que nenhum desses nomes [Cebrián, Polanco] tem já alguma responsabilidade na gestão da empresa e do jornal. Chegou gente nova, procedente de ambientes financeiros, empresariais e mediáticos que nada têm que ver com a tradição do *El País* (Caño, 2022, p. 408).

(...) À frente das grandes cadeias televisivas, encontramos pessoas que nada têm a ver com o jornalismo, que são apenas grandes homens de negócios, ligados a grandes bancos ou companhias de seguros, ou a qualquer outra instituição com muito dinheiro. (...) Há ainda outro problema. Há quarenta, cinquenta anos atrás, um jovem jornalista podia ir ter com o seu chefe e expor-lhe os seus problemas profissionais (...) E o chefe, que geralmente era mais velho que ele, falava-lhe da sua experiência e dava-lhe bons conselhos. Agora tentem ir ter com o Sr. Turner, que nunca foi jornalista na vida e raramente lê jornais ou vê televisão: não poderá dar-vos conselhos, pois não faz a mínima ideia de como se exerce o nosso ofício. Não tem por finalidade ou princípio melhorar a nossa profissão, mas sim ganhar mais (Kapuscinski, 2008, p. 29).

A realidade que eles nos oferecem resulta das suas opções, desde logo editoriais e ideológicas (falaremos deste aspeto mais adiante), que conduz à construção de categorias de valor e de espaços de perceção e discussão pré-determinados. Na esteira do que McCombs & Shaw no início da década de 1970 sublinhavam com a teoria do agendamento, quando assinalavam o

objetivo de todos pensarem acerca do mesmo em função da dieta informativa diariamente servida, a homogeneização vigente e dominante mantém não só esse velho princípio atual, como torna as suas práticas ainda mais subteis, no sentido em que os meios de comunicação social, ao estruturarem e normalizarem, como as tradições antigas, comportamentos, usos e juízos, “fornecem um senso comum social cuja imposição é dificilmente perceptível” (Innerarity, 2010, p. 104).

Ganha, assim, especial relevância a disputa pela atenção pública de um dado facto ou evento, de uma dada realidade, neste tempo que Eugênio Bucci define como a “instância da imagem ao vivo” (2021, pp. 47-48). É na luta por essa visibilidade pública, a qual se joga nos bastidores dos processos informativos mediante processos de comunicação e de negociação intransparentes, para usar a expressão de Innerarity, que os meios de comunicação nos ensinam que “toda a revelação vive de alguma ocultação” (Innerarity, 2010, p. 104).

Estes aspetos são cruciais no palpitar de um jornalismo vivo e atuante, que se deseja transformador, como ele foi e é em tantos momentos e geografias. A liberdade de expressão — como infraestrutura para um pensamento e informação livres — que ele justamente reclama e o combate que historicamente protagoniza contra a censura têm implícita a noção de que o uso diário dessa manifestação de liberdade visa conferir-lhe o poder de se afirmar publicamente de forma diversa — até oposta — face ao pensamento dominante. Isto é, tem o poder, legalmente protegido em muitos países, de divergir e de criar dissensão. É justamente esta capacidade, aliada à função social, entre outras, que cada contexto político-constitucional lhe atribui e respeita, que impregna o jornalismo de uma força e capacidade transformadora. Ou seja, o jornalismo deve colocar a si próprio perguntas imprescindíveis para melhor perceber e perceber o tipo de trabalho que faz e, sobretudo, compreender a sua função. Várias dessas questões vamos encontrá-las ao longo do instigante trabalho de Fabiana Moraes (2022), para quem “os significados sociais, culturais e políticos dos gestos” de um(a) jornalista, incluindo a definição das agendas e trabalhos que propõe, “não devem ser escondidos sob o discurso da técnica” (p. 112). Como ela, entendemos que é necessário

(e deveria ser inerente) ao agir jornalístico a presença de uma espécie de auto-hermenêutica destinada a que cada profissional possa compreender o alcance e complexidade da sua ação, através de um pensamento reflexivo acerca do que a própria informação que ele produz afirma e mostra: que pessoas oiço e falam através de mim?; que lugares mostro e com que finalidade?; quais os fenómenos e acontecimentos que predominantemente me ocupam? em que é que o trabalho que realizo e os pontos de vista que apresento se distinguem dos restantes?; a quem interessa, em primeira instância, o tipo de trabalho que realizo? E ainda, em contextos onde o preconceito avulta e as desigualdades são evidentes, deve o jornalismo ser um elemento passivo e de manutenção do *status quo*, sob o chapéu protetor de que se limita a dar conta do que acontece, ou, em alternativa, deve ser essa força transformadora, capaz de restaurar humanidades, na feliz expressão de Moraes (2022)? Para que serve, afinal, esse uso da total liberdade de pensar e escrever, que se consubstancia, ainda, em toda a liberdade para olhar e questionar, se se insiste na perpetuação das mesmas ideias e reprodução de esteriótipos que, dominando o espaço mediático, criam, no seu reverso, universos de invisibilidade?

Os “subalternos” da história

Está em causa, no fundo, a posição do jornalista sobre o seu objeto de trabalho e o entendimento que ele faz acerca da função social da sua profissão e quais os propósitos que ela serve, sem perder de vista a necessária e útil reflexão crítica que cada profissional e as suas organizações, como os conselhos de redação, por exemplo, deveriam fazer acerca do trabalho produzido. Ryszard Kapuscinski, comumente considerado um dos melhores e mais competentes repórteres de todo o século XX, insistia sempre na mesma tecla: “o verdadeiro jornalismo é o intencional, ou seja, o que tem uma finalidade e que visa produzir algum tipo de mudança (2008, p. 30).

As suas palavras não são alheias ao seu trajeto de jornalista. Durante mais de 40 anos viajou por um número considerável de países do Terceiro Mundo e ao longo de duas décadas viveu lá, observando e experimentando a miséria

e os problemas que as suas populações enfrentavam. E se decidiu dedicar-se a essa vasta e pobre geografia fê-lo, em primeiro lugar, por “razões éticas: os pobres, habitualmente, são silenciosos. A pobreza — afirma — não chora, a pobreza não tem voz. A pobreza sofre, mas sofre em silêncio” (Kapuscinski, 2008, p. 32).

Em “Pode o subalterno falar?”, artigo científico originalmente publicado em 1985, a sua autora, Gayatri C. Spivak, professora de literatura comparada na Universidade de Columbia, tendo por pano de fundo a história das mulheres indianas e a imolação das viúvas, problematiza o papel do intelectual pós-colonial questionando-se até que ponto ele não será em certo sentido cúmplice dos processos de repressão dos sujeitos subalternos, no sentido em que “a produção intelectual ocidental é, de muitas maneiras, cúmplice dos interesses económicos internacionais do Ocidente” (Spivak, 2010, p. 20).

Esta visão está filiada nos estudos subalternos — *Subaltern Studies* — que, sob a batuta de Ranajit Guha, desde as décadas de 1970 e 1980, procuram reler e reinterpretar a história para lá das perspetivas elitistas de travo colonial e ideologicamente dominantes. Trata-se, evidentemente, de uma posição ideológica diversa da que, ao longo do tempo, foi impondo a sua narrativa histórica, sendo que até a opção pelo termo “subalterno” está longe de ser inocente. Ela busca sua origem nos *Cadernos do Cárcere*, de Gramsci, nos quais o filósofo e político italiano usa primeiro a designação de classe subalterna, mas depois e de forma definitiva (a partir de 1934), de grupos subalternos, face à hegemonia de diferentes ordens de domínio: político, militar, cultural e económico. Ora, a proposta por práticas metodológicas conscientes da existência de perspetivas ideológicas opostas, decorrentes dos contraditórios interesses em presença e cujo poder conjuntural tem a força e os meios suficientes para impor a sua visão da história, promovendo a subjugação do sujeito subalterno, não deveria ser alargada e tida em conta pelo campo jornalístico, à semelhança, aliás, do que já sucede em outras áreas? A recente publicação de um *Dicionário da Invisibilidade*, por exemplo, resultante da assumida subjetividade política dos seus organizadores

(Palma et al, 2021) visa, justamente, contrariar e vencer o apagamento e silenciamento provocado pelas narrativas dos vencedores, nos mais diversos setores de atividade, propondo e fazendo emergir outros olhares, outros dados e outros protagonistas.

Não terá sido, aliás, com o objetivo de deixarem de ser um sujeito subalterno da história — e dos média — que um conjunto de nações do então designado movimento de “Países Não Alinhados”, nos anos 70 do século passado, fizeram emergir o Movimento Internacional por uma Nova Ordem Informativa e Comunicativa, no seio da UNESCO? Sob a designação “Um mundo e muitas vozes”, mas que acabou por ficar mais conhecido por relatório MacBride, o documento tinha como proposta de ação “uma nova ordem mundial mais justa e eficaz da informação e da comunicação”. A forte oposição dos grandes grupos de média ocidentais que tinham, entretanto, começado a organizar-se e fortalecer-se, acabou por anular as intenções daquele projeto, ao ponto de ele rapidamente cair no esquecimento.

Que perigos ou riscos representariam essas vozes subalternas, ao ponto de a força e influência dos poderes dominantes as quererem manter silenciadas? Quando muito, ser-lhes-ia permitido continuarem a falar, como até ali, através das lentes e visão de mundo dos média ocidentais. Caberia a estes, através das suas opções editoriais e posicionamentos ideológicos, representar mediaticamente as realidades dos tais sujeitos subalternos. Tal como Spivak critica os intelectuais ocidentais, no sentido em que estes não devem poder falar pelo subalterno, situação que traduz desde logo o apagamento desse mesmo sujeito por via da representação que dele é feita, problematizando as possibilidades e oportunidades da sua própria autoafirmação, ou seja, de ele próprio (não) possuir o direito de autodeterminação da palavra e assim (não) se fazer entender, o mesmo se poderá dizer relativamente à representação mediática.

Evidentemente que as atuais circunstâncias são diversas dos contextos da produção colonial, onde “o sujeito subalterno não tem história e não pode falar” (Spivak, 2010, p. 67), perspectiva que, embora se apropriando de um

conceito gramsciano, se afasta da posição do teórico e militante comunista italiano, para quem os grupos subalternos não estavam condenados à passividade e, muito menos, à impossibilidade de agir e resistir.

No plano mediático, o que está em causa é a relação de poder e as correlações de interesses, sejam de classe, do foro particular ou de ordem pública, em cujo quadro a informação joga um papel preponderante. Se assim não fosse, o movimento em defesa de uma Nova Ordem Informativa e Comunicativa tinha tranquilamente feito o seu percurso, sem que outras forças e interesses se atravessassem no caminho. Daí que se pergunte: existe ou não aqui um problema de hegemonia noticiosa, no sentido em que esta é vista, selecionada e interpretada de acordo com determinados padrões culturais e ideológicos que, fruto do seu poder, impõem uma dada verdade e olhar da realidade? Repare-se: só a *Associated Press*, a maior agência global de notícias, com sede em Nova Iorque e delegações numa centena de países, publica anualmente trabalhos dos seus jornalistas em cerca de 1.500 média em língua inglesa, espanhola e árabe.

Não se infira destas palavras a ideia de que vemos na evidente concentração atual dos média e nas suas narrativas dominantes uma teoria geral da conspiração. Nada disso. Limitamo-nos a assinalar o óbvio — na senda do que muitos autores têm também feito — embora propondo que se olhe e tenha em devida conta a dimensão ideológica nas leituras e práticas jornalísticas sobre as plurais realidades do mundo. Sem perder vista, uma vez mais, a noção acerca do papel e função social do jornalismo que, numa certa visão ideológica dominante, se refere a algumas nações como “regimes” e a outras como “países”, mesmo quando estão em causa lideranças autoritárias e nada democráticas, como é o caso de Erdogan, na Turquia. Se esta não fosse membro da NATO seria olhada com a mesma benevolência?

Contrariar a invisibilidade de Deus

Voltando a Kapuscinski: para ele o principal objetivo em escrever sobre as franjas mais despojadas e sofridas da sociedade visava “mostrar a todos

nós, europeus — que temos uma mentalidade bastante eurocêntrica —, que a Europa, ou, aliás, uma parte dela, não é a única coisa que existe no mundo” (2008, p. 33).

Quem conhece os trabalhos deste repórter³ nascido em março de 1932 na cidade polaca de Pinsk, hoje sob soberania da Bielorrússia, sabe que o melhor do seu esforço denodado e coerente esteve sempre ao serviço do jornalismo preocupado com os tais sujeitos subalternos e com os universos de invisibilidade que eles habitam, mas que na maior parte das vezes é como se não existissem ou não tivessem vontade e voz próprias.

E se é certo, parafraseando a ironia de Karl Valentin, que chega a ser espantoso como as realidades dos média e o que sucede no mundo por vezes coincide, é difícil negar a influência deles na configuração da realidade por parte dos cidadãos. A espécie de cegueira a que Deuze se refere, perante os dispositivos de comunicação e os sistemas de informação que moldam as nossas vidas, encontra uma posição equivalente em Innerarity, quando este considera que “os média realizam uma espécie de cegamento por meio da evidência” (2010, p. 104). Trata-se, no fundo, do “peso exagerado do *acontecimento* em relação à compreensão da realidade”, como Wolton (1999, p. 225) olha para esse dilúvio de informação que nos satura e afoga e para o qual não temos Noé nem a sua arca para nos permitir passar incólumes a presente tempestade tecnológica.

São as evidências tornadas visíveis por ação dos média e, em particular, pelo campo jornalístico, que nos fazem ver e pensar o que eles observam por nós e para nós. Daí poder afirmar-se que os média “não observam acontecimentos: observam observações” (Innerarity, 2010, p. 96), ao mesmo tempo que criam zonas de invisibilidade que importa debater para melhor se perceber porque é que fazer da invisibilidade uma experiência

3. Falecido a 23 de janeiro de 2007, Kapuscinski iniciou o seu percurso como jornalista em 1955. América Latina, África, Médio Oriente e Ásia (Índia, Paquistão e Afeganistão) constituíram os seus principais postos de trabalho e de residência. Em 2003 foi distinguido com o Prémio Príncipe das Astúrias de Comunicação e Humanidades e é unanimemente reconhecido com um dos jornalistas mais importantes do século XX. Em Portugal estão editados quase todos os seus livros.

É o resultado de um processo de repetições do silenciar ao longo do tempo. O invisível não é calar ou um *não ver* que são pontuais, mas persistentes supressões e impedimentos que serão decisivos para conformar as experiências de mundo. O invisível é parte da ação política do cotidiano, a partir da reiteração de ausências ou de presenças (Góes, 2022, p. 39).

Seguindo esta linha de pensamento do mesmo investigador dir-se-á, *a contrario sensu*, que só a materialidade do visível, através das imagens ou textos a que as narrativas jornalísticas dão forma e conteúdo assume a categoria de “única verdade possível a ser imaginada” (p.59). As camadas invisíveis correspondem, assim, ao magma social que apenas podemos pressentir a partir da presença da lava que constitui o lado visível do acontecimento e da notícia.

O jornalista como organizador das realidades diárias de que decide falar-nos em resultado da atenção que lhes atribui é um elemento dessa engrenagem cuja missão, como vemos reiteradamente Jeff Jarvis defender, visa libertar a informação. Tal entendimento tem pressuposta a ideia da informação jornalística enquanto um bem e uma necessidade no âmbito do desejo de contribuir para uma sociedade em que os cidadãos possam estar devidamente informados. Nesta linha de raciocínio, “o jornalismo é uma ferramenta para melhorar a sociedade”, como propõe Jarvis (2015, p. 56), o que implicará um desusado esforço profissional para olhar para a realidade social como um todo, sem zonas invisíveis, em que o olhar jornalístico tenha vontade, disponibilidade e abertura para as captar e assim integrá-las na ideia de mundo que diariamente constrói e nos entrega.

Esta ideia de entender as pessoas na sua individualidade, em vez de as tratar como massa, resultando daí um conhecimento maior e mais aprofundado das respetivas realidades, conduz à noção de jornalismo como serviço, cujo conceito, segundo Jarvis (2015), exige que os cidadãos sejam servidos como indivíduos e como comunidades. Isto é, essencialmente como cidadãos e não como meros consumidores. Sobressai nesta perspetiva o propósito da

prática de uma informação socialmente útil, na medida em que o valor do jornalismo realizado tem em mente responder às necessidades das respectivas comunidades e, reciprocamente, permitir que elas, por via dos processos de mediação sejam mais bem conhecidas e tenham mais visibilidade. E assim sendo, como nos alerta o mesmo investigador norte-americano, é fundamental perguntarmo-nos se o jornalismo que serve essas pessoas e as suas comunidades lhes permitem e as ajudam a atingir os objetivos que desejam. É em grande parte na resposta a esta pergunta que se fica a conhecer a importância social do jornalismo e o que este representa na e para a vida das pessoas.

Ao contrário de Deus que, no pensamento especulativo de Derrida, impõe o seu direito à invisibilidade, é preciso discutir as realidades sociais feitas de “pequenos casos verídicos” que, embora de forma involuntária, têm a sua dieta de invisibilidade quase sempre garantida: “mesmo um jornalismo conceituado como enunciação produz o silenciar na medida em que as linguagens implicam escolhas, inclusões e exclusões” (Góes, 2022, pp. 48-49). O que coloca o jornalismo num patamar de exigência que se situa muito para lá da dimensão técnica do seu agir profissional.

Idolatria da atualidade

Ontem como hoje, os públicos são confrontados com a necessidade de aprender a ler e conviver com novas formas de produção de informação, numa palavra, como ironizava Mark Twain, saber distinguir o trigo do joio — porque é o joio que se publica.

No início da época industrial da imprensa, a cultura dominante era o positivismo e com este a crença em um jornalismo objetivo, cujo primeiro método “científico” a impor-se foi o da pirâmide invertida, por altura da guerra da secessão americana. Foram, todavia, razões de ordem técnica e de conveniência económica — “a história da imprensa é a própria história do desenvolvimento da sociedade capitalista” (Sodré, 1977, p. 1) — que levaram à emergência dessa fórmula de se estruturar uma notícia a partir do mais

relevante para o acessório e que chegou até aos nossos dias, e menos uma qualquer preocupação de ordem científica ou idónea de veicular notícias (Lopez, 2001).

É neste contexto que tem de se interpretar o apelo de Edwin Shuman, num texto publicado em 1894, acerca de como escrever um artigo para um jornal (“How to write a newspaper article”), quando ele discorre sobre a ambição científica do texto jornalístico. Quase um século depois outros autores virão defender a necessidade de introdução de métodos científicos no processo de avaliação e confirmação de dados na informação jornalística; porém, aquilo que Shuman preconiza com a ideia de apagamento da voz interpretativa e subjetiva do jornalista, é a sua crença na visão de um objetivismo que considerava possível “o tratamento científico na redação de notícias” (Shuman, 1894 apud Forde & Foss, 2012, p.131). Este entendimento de olhar para o jornalismo como espelho da realidade considerava que a ausência de qualquer adjetivação ou juízo de valor, através de uma assepsia narrativa apenas limitada aos factos, diminuiria a possibilidade de manipulação, a qual seria reforçada pela característica de a notícia apresentar sempre os dois lados. É sob esta perspectiva da “doutrina do equilíbrio”, na expressão de Galdón López (2001, p. 23), que vão depois afirmar-se noções como “neutralidade” e “imparcialidade”, as quais, embora com pesos diferentes, ainda hoje são admitidas e utilizadas sem o devido sentido crítico e de que nos ocuparemos no capítulo 4.

A rotina profissional — nas redações e também no ensino — tem sobrestimado a dimensão técnica da produção noticiosa, relegando para segundo plano a análise e discussão sobre a natureza e a finalidade da informação. Acresce, ainda, que “os poucos livros de ética jornalística centravam-se numa apologia — desta vez, logicamente, explícita — do bom uso do método” (López, 2001, p. 23). A extensão lógica da prática jornalística assente nos procedimentos formais, no tal “bom uso do método” excessivamente preocupado com o rigor do que era dito e menos com a essência e o significado, tanto do que era afirmado, como do não dito, conduziu ao predomínio das fontes institucionais e das suas opiniões.

Em Portugal, chega-se ao exagero de as opiniões de alguns comentadores televisivos serem transformadas em matéria noticiosa. Pouco parece importar a esse tipo de prática jornalística, onde se situam ideológica e partidariamente os autores das respetivas declarações, que interesses defendem, quem representam. Para o jornalismo que tem na objetividade as Tábuas orientadoras da sua ação, reproduzir com rigor o que foi dito e publicar com incansável precisão as palavras pronunciadas é o suficiente para considerar que cumpre o seu dever de informar corretamente.

Conhecedores dos ritmos e da cultura de trabalho dos jornalistas e ainda das suas necessidades de informação renovada, se possível *prêt-à-porter*, essas mesmas fontes institucionais abastecem com notável perícia e sentido de oportunidade o alforge noticioso de profissionais apressados e divididos entre tantas tarefas, por via de uma rarefação crescente dos respetivos *habitats* profissionais, também conhecidos por redações. É em boa parte sob a tranquilidade dominadora deste “jornalismo declarativo”, na expressão de Bill Kovach e Tom Rosenstiel (2004), que floresceu a ideologia objetivista, sobretudo preocupada com a separação entre factos e opiniões. Tal atitude mereceu, de resto, ao longo dos anos, o melhor acolhimento na generalidade dos Livros de Estilo dos média de referência, como a *BBC*, *Agence France Press*, *El País* ou Agência *EFE*, entre muitos outros, incluindo o jornal português *Público*.

Por outro lado, os “factos vagabundos”, como García-Noblejas (1988, p.32) classifica a impossível compreensão dos dados quando fornecidos de forma superficial ou parcial, agravados agora pela ânsia da pressa, conduzem a uma acumulação de informações que, por si só, não produzem um sentido coerente e completo acerca do que seria suposto noticiarem. Olhando para o panorama mediático contemporâneo ainda mais ficamos convencidos dessa fragmentação informativa, de onde sobressai a ideia de que a boa saúde do jornalismo não reside no uso exclusivo da técnica. Ou seja, não basta haver condições e vontade de privilegiar a quantidade em detrimento da qualidade informativa, semear ciclos noticiosos “around the clock”, porquanto “um aumento de informação e de comunicação, por si só, não esclarece o mundo”,

como sustenta o filósofo alemão de origem sul-coreana, Byung-Chul Han (2014a, p. 62), em *A sociedade da transparência*.

Em vez de contribuir para uma sociedade mais bem informada, tal acumulação de dados tantas vezes desconexos apenas tende a favorecer o caudal de “informação desnecessária” na expressão crítica de Galdón López (2001, p. 31), porque irrelevante, em que a fragmentação, a homogeneização, a trivialização e até a redundância, aliadas a uma saturação de comunicação, constituem sintomas evidentes do contexto mediático dominante (Abramson, 2019; Kovach & Rosenstiel, 2010).

Colocados perante esta idolatria da atualidade, onde o critério predominante já não é a verificação nem a avaliação e aprofundamento do como e do porquê do que se noticia e dos seus contextos, mas a velocidade e o objetivo da partilha — fenómeno de *spreadability*, a que vários estudiosos da informação em rede se referem e a que Abramson atribui já honras de valor-notícia — a noção de atual acaba, assim, na voracidade da pressa com que se renova, por se consumir a si própria ao ponto de apenas existir enquanto nano-instante. No perpétuo desejo de renovação permanente, a atualidade desatualiza-se a si mesma, no sentido em que não aspira a tomar consciência da sua própria génese.

É como se o mundo mercadoria, onde tudo tende a ser vivido e consumido enquanto representação, na esteira do que Guy Debord nos fala em *A sociedade do espetáculo*, tenda agora a apresentar-se segundo um quadro de hiperaceleração social, pleno de “episódios de vida sem ressonância pessoal”, onde “só o negativo merece análise e é apresentado como a verdade do presente” (Lipovetsky, 2019, pp.387-388).

Diante da tentação da invisibilidade e da trivialização performativa do instante que, dada a sua fugacidade, chega a ser quase inexistente, é caso para solenemente proclamarmos: “Above all, come on journalists”.

2. ESTRANHAS REALIDADES A QUE IMPORTA PRESTAR ATENÇÃO

*Estou olhando para as coisas mas sem as querer ver
porque quero ver além do olhar espontâneo e
imediato
em que cada coisa se projecta
sem tempo para suspender ou para desviar os olhos
Mas o que é que há para ver além das coisas?
Toda a evasão implica um retorno às coisas
Estamos implicados nas infindáveis relações
dos objectos e não conseguimos ser simples ou
elementares
Uma retórica incessante domina a nossa mente
É óbvio que não há nada para ver além das coisas
mas há o desejo de ver não sabemos o quê
Os valores vivos não estão além das coisas
e não estão também nas coisas
mas entre o silêncio e as palavras
entre o silêncio das coisas e o silêncio do nosso olhar
Escrever é tentar ser a voz silenciosa desse indefini-
vel silêncio que é luz e espaço e nada é
senão luz e espaço lenta vacuidade de um instante
puro*

António Ramos Rosa, in *Deambulações oblíquas*

A organização espacial dos média simbolicamente caracterizada através das suas diferentes editorias ou secções é um claro sintoma das realidades noticiosas que se (nos) impõem. No capítulo anterior falamos acerca dos universos da invisibilidade. Poderíamos prolongar o debate, perguntando: quais os média que hoje dedicam regularmente atenção ao mundo sindical ou aos trabalhadores, por exemplo? Até os jornais especializados

em temas de Economia ou Gestão os ignoram, como se eles não fossem parte integrante do mundo empresarial. Embora olhando unicamente para a realidade norte-americana, Fallows (1996) corrobora tal observação, sublinhando que é muito raro um grande jornal publicar uma reportagem ou um editorial favoráveis aos sindicatos. Nem sempre foi assim.

Em Portugal, vários jornais chegaram a ter editorias especialmente focadas em temas sindicais e do mundo laboral. Hoje, porém, os sindicatos ou os trabalhadores através das suas organizações representativas são predominantemente notícia por más razões. Como se fossem ou estivessem, em regra, contra qualquer intenção de progresso ou desenvolvimento. E como as suas narrativas contrariam a normalidade dos discursos mediáticos do quotidiano e as suas bem sedimentadas visões do mundo e do país, há como que um estranho desconforto na perceção (e entendimento) dessas perspectivas outras que nos são comunicadas. De resto, o habitual não é tentar perceber as razões de uma greve, de uma luta sindical, do alcance e motivos das reivindicações em causa, mas ouvir as queixas das potenciais vítimas dela.

No fundo, tudo aquilo que se distancia ou contraria as visões dominantes — quando não mesmo hegemónicas — regularmente veiculadas através dessa editorialização do mundo que os média constroem, reduzindo a pluralidade das realidades complexas à simplificação linear do seu discurso apressado, acaba quase sempre por se diluir no remoinho constante e incansável dos ciclos noticiosos em perpétuo estado de renovação; ou, como escreve Debray, referindo-se à ideia de prescrição das notícias, de “reconduzir Sísifo, em cada manhã, ao sopé da montanha” (1994, p. 31). Assim se percebe que aquilo que é mediaticamente episódico contém um potencial de esquecimento propício a uma certa desmemória, em consequência da respetiva invisibilidade mediática, processo este que é, ainda, agravado por uma desvalorização dos contextos noticiosos, cuja importância se vai perdendo e apagando nos intermináveis fluxos de consumo de informação, tendencialmente fragmentários. Mais uma razão, portanto, para discutir as

implicações do jornalista com o acontecimento e a necessidade de este voltar a adquirir a clareza que se lhe exige, mesmo que tal implique uma perda de velocidade na sua propagação.

Situado, como aponta Ricoeur (1991, p. 50), entre “a necessidade retrospectiva” e a “contingência prospetiva”, o acontecimento percebe-se e explica-se em função do passado recente que o enquadra e o futuro próximo que ele intui, que se adivinha e avizinha. Esse acontecimento é o mediático, aquele que, para concordar com José Rebelo, é entendido como um ato de palavra, o que implica que o seu sentido se processa através da construção de narrativas sobre ele próprio, as quais, por essa via, são “as únicas suscetíveis de transportar o acontecimento para lá dos limites da comunidade onde emergiu” (Rebelo, 2006, p. 19).

É através dessa visibilidade pública que a simples ocorrência ganha esporas de acontecimento mediático por intermédio de um processo de construção da realidade em que os jornalistas são participantes ativos — “atores e espetadores ao mesmo tempo” — como assumia o diretor e fundador do *Le Monde*, Hubert Beuve-Méry, no seu primeiro editorial, em 1944. Meio século depois, o então diretor, Jean-Marie Colombani, reforçaria a mesma ideia, ao sustentar que cada jornalista está implicado e ligado à atualidade que trata (Colombani, 1994, p. 5). O modo como essa atualidade é vista e interpretada, e as escolhas que a todo o momento são feitas pelos média e seus jornalistas resultam de opções próprias — nada disso é aleatório e há muito que se sabe que a informação noticiosa não é o espelho da realidade. “É ideológica”, como muito adequadamente sustenta José Rebelo, quando se refere à dualidade temporal de um acontecimento e aos níveis de atenção que o texto jornalístico lhe empresta: “segundo os efeitos pretendidos, pode exprimir uma maior insistência no passado ou uma mais insistência no futuro” (2006, p. 21).

Transparece destas posições uma visão social e de cidadania sobre o exercício do jornalismo, que o torna um elemento central no âmbito das exigências contraditórias existentes nesse conflito criador chamado

democracia (Colombani, 1994). Decorre, ainda, daí, uma concepção acerca do papel dos média noticiosos que os projeta para uma dimensão ética da sua ação e respetiva responsabilidade social, em detrimento da sua valorização como mercadoria. Sempre que este raciocínio se inverte — o que infelizmente sucede com demasiada frequência — fazendo valer a toda poderosa lei da vertente comercial, é o jornalismo que sai a perder. Sobretudo quando transforma factos e acontecimentos em mercadorias, o que releva, nesses casos, a necessidade de se discutir as noções de valor de uso e valor de troca das notícias, no quadro da atividade mercantil em que o exercício jornalístico é colocado.

Depois de numa primeira fase do seu percurso — tendo em conta os três momentos da evolução histórica do jornalismo referidos por Habermas — a imprensa ter servido para dar notícias de ordem comercial (antes de se tornar, com a ascensão da burguesia, uma ferramenta da luta política), hoje os média são eles próprios uma mercadoria e um espaço comercial ao serviço de outras empresas e marcas. As quais os utilizam em função do respetivo valor de uso, ou seja, tendo em conta o tipo de informação que é dada e as franjas de públicos que toca.

Escassa diversidade no centro do poder redatorial

Apesar da ideologia jornalística insistir que os média estão atentos à realidade e é sua principal missão dar conta do que passa e acontece, os que se assumem como “produto comercial raramente serviram bem os setores mais pobres e marginalizados” (Usher, 2021, p. 12) da sociedade — exceto enquanto potenciais consumidores.

Esta observação, que amiúde vem sendo feita e nos últimos anos ganhou especial relevância em alguns inquéritos e pesquisas que apontam a diversidade (de temas, de fontes, de protagonistas e até de jornalistas) como uma espécie de imperativo ético da profissão, é recuperada por Nikki Usher (2021) na sua obra, *News for the rich, white, and blue*. Felizmente, o tema começa a interessar cada vez mais gente.

Um diagnóstico do *National Council for the Training of Journalists*, intitulado, “Diversity in Journalism”, publicado em maio de 2022, embora centrado na realidade do Reino Unido, não deixa de ter pontos de contacto e semelhança com outros cenários que nos são próximos: o jornalismo é uma profissão de pessoas brancas, de classe média e com formação universitária. Em artigo publicado a 18 de abril de 2022 na *Columbia Journalism Review*, Alissa Quart exorta para a prática do jornalismo dirigido a todos quantos não pertencem e não nasceram nas elites: “Let’s make journalism work for those not born into an elite classe”¹. No essencial, o texto chama a atenção para as distâncias culturais que se estão a verificar entre os editores (e muitos jornalistas) pertencentes às elites urbanas e cosmopolitas e os públicos aos quais dirigem a informação que produzem.

Não obstante a fragilidade económica de muitas empresas mediáticas e até os baixos salários, como sucede na generalidade das redações em Portugal², a autora considera que o estatuto social do jornalista tem vindo a subir — Serge Halimi e Gay Talese têm alertado em diversos momentos para o “aburguesamento” de muitos editores e jornalistas³ que os aproximam mais dos protagonistas dos centros de poder que do cidadão comum — o que faz com que muitas vezes as notícias sejam feitas sem terem em conta as pessoas culturalmente mais vulneráveis, mais pobres e com estatuto sócio-económico mais baixo. Donde, entende Alissa Quart, é fundamental saber “editar com sensibilidade de classe”, o que significa que os meios de comunicação devem reconsiderar alguns dos elementos fundamentais do jornalismo, traduzidos, simultaneamente, na contratação de repórteres que tenham experiências de vida não tradicionais, e na possibilidade de lhes ser dada a maior liberdade de expressão, apoiando sua experiência. Mas não só.

1. Texto integral do artigo: <https://www.cjr.org/opinion/freelance-journalism-poverty-privilege.php>

2. Estes tópicos serão retomados e desenvolvidos no Capítulo 6.

3. Em Portugal, a generalidade dos jornalistas auferem salários baixos, pelo que a noção de “aburguesamento”, neste caso, tem sobretudo a ver com o que designaríamos por “consciência de classe”. Apesar da notória precariedade e de folhas salariais que dão do jornalismo a ideia de uma profissão tendencialmente indiferenciada, tem havido uma espécie de pudor por parte dos jornalistas em reivindicar melhores condições. E em alguns casos insistem até para que o respetivo sindicato não se intrometa — a redação de um canal de televisão chegou a ponderar fazer greve, desde que esta não fosse decretada pelo sindicato dos jornalistas.

Jenna Wortham, ativista e redatora do *The New York Times Magazine*, em artigo publicado também em abril de 2022, no site de informação com o nome provocador de *Bitch media*, ao afinar pelo mesmo diapasão de Alissa Quart aponta o dedo acusador à generalidade das redações do seu país, por não refletirem, entre os seus membros, os problemas e a diversidade demográfica que cobrem e de que falam diariamente⁴. No fundo, o que está em causa na perspetiva destas vozes críticas é algo simultaneamente simples e óbvio: um défice de representatividade, nas redações, da diversidade racial, cultural e também social que os jornalistas encontram na sociedade de que é suposto darem conta.

Várias das questões lançadas por Nikki Usher na sua mais recente obra são, assim, retomadas e até potenciadas, no sentido em que importa debater as práticas jornalísticas para lá do âmbito das suas consagradas teorias e normas profissionais. Esta professora de jornalismo da Universidade norte-americana de Illinois retoma algumas das grandes questões do seu campo de estudos para reformular os desafios que o jornalismo enfrenta, no que diz respeito ao lugar onde é exercido (enquanto espaço-presença e espaço-trabalho, mas também cultural), no que toca ao seu poder e às desigualdades e contradições que ele próprio contém em si, como quadro sócio-profissional.

Usher começa, aliás, por recordar nas páginas iniciais do livro, as desculpas e explicações públicas que o antigo diretor do *The New York Times*, Dean Baquet, proferiu no dia a seguir à vitória eleitoral de Trump, em 2016, quando reconheceu as falhas do jornal na perceção à onda de apoio ao candidato republicano:

4. No âmbito da política de transparência que vem praticando nos últimos anos, o *Washington Post* deu a conhecer em julho de 2022 que a sua redação possui mais mulheres que homens (53,4% para 46%, respetivamente) e que 55,9% dos cargos de chefia e liderança são ocupados por elas. Porém, 65,9% dos jornalistas são brancos e 73,3% dos cargos de chefia são igualmente desempenhados por eles. Os jornalistas hispanos ou latinos representam 5,1% da redação e a sua representação em cargos de chefia é de apenas 4%.

temos de melhorar muito o nosso trabalho e de ser capazes de falar com pessoas diferentes das que ouvimos, em especial quando andarmos na estrada, país fora, em que é necessário que nos lembremos que Nova Iorque não é o mundo real (Usher, 2021, p.5).

Estas palavras, aparentemente de circunstância, contêm algo que é absolutamente essencial e nuclear à discussão sobre o trabalho jornalístico atual: 1) dicotomia centro-periferia; 2) disponibilidade para procurar e dar voz a perspectivas diferenciadas e diferentes do pensamento dominante do respetivo órgão de comunicação; 3) abertura à diversidade; 4) relutância ao conhecimento das realidades e dos contextos estranhos ao respetivo *medium*; 5) ausência de uma prática de descentralização editorial; 6) necessidade de incrementar os níveis de debate interno nas redações.

Na ausência de implementação de medidas deste tipo, sobressai, como ficou evidente nas declarações do antigo diretor do NYT, a ideia de uma informação construída com base em práticas que visam, no fundo, estar de acordo com a perspectiva que o respetivo órgão de comunicação possui de uma dada realidade — que de resto desconhece ou, no mínimo, não conhece nos seus detalhes e especificidades. Verifica-se, nesse contexto, uma sobrevalorização do discurso mediático especialmente preocupado com a sua própria lógica, como se ele fosse o centro da narrativa que constrói o facto que se pretende noticiar. Ou, como antecipava há vários anos James Carey (1997), um jornalismo “que se justifica a si mesmo em nome do público, mas no qual o público não desempenha qualquer papel, a não ser enquanto audiência (p. 247).

Porém, quando o ex-diretor do NYT se refere à cidade-sede do jornal como centro do poder (editorial) e, nessa medida, investido da capacidade de impor modelos de compreensão da(s) realidade(s) — “Nova Iorque não é o mundo real” — que percebe e dá a conhecer, tal significa, numa interpretação extensiva das suas palavras, que se admite também a existência de públicos reais e de públicos imaginários. A ser assim, como em maio de 1842 Karl Marx (2006) já defendia em artigo publicado no *Rheinische*

Zeitung, importa que aquilo que se publica não se limite apenas ao “relato do fato real ao público e não apenas no relato do fato ao público real — isto é, não o público leitor imaginário, mas o público vivo, verdadeiro” (p. 37). Tal implica, portanto, colocar no centro do processo informativo a preocupação maior que constitui a finalidade principal da ação jornalística. Esta, podendo ter diversas configurações e entendimentos, em função dos respectivos contextos sociais da cultura jornalística que são muitos diversos, como bem demonstra o alargado e detalhado estudo realizado e coordenado por Hanitzsch et al (2019), requer uma informação que não seja apenas “um reflexo das paixões do momento”, como o conhecido *anchorman* da NBC, Tom Brokaw, chegou a afirmar, nem um jornalismo concentrado nas elites, porquanto esse tipo de imprensa, na concepção de Kovach & Rosenstiel (2004),

não reflete o mundo tal como a maioria das pessoas o vive e sente. Uma cobertura política centrada em considerações táticas, dirigida aos especialistas no assunto e que abandone o público meramente interessado ou mesmo desinteressado, está a faltar às responsabilidades do jornalismo” (p. 29).

Estas, na perspectiva legitimadora do jornalismo assente na função nuclear do direito à informação, que no ordenamento jurídico português tem proteção constitucional, exigem que esse tal “público verdadeiro”, mesmo que “imaginário” à luz de uma visão centralista que apenas (re)conhece aquilo com que se identifica, seja objeto da atenção e suscetível de ser entendido por parte de quem considera essas realidades algo estranhas, por vezes bizarras, quase sempre incompletas, sabendo-se, porém, como considera Sylvia Moretzsohn (2007), que o jornalismo, para se cumprir, tem de “realizar esse difícil trabalho de demonstrar, no cotidiano tão acostumado à percepção do imediatamente visível, que os fatos não são o que parecem” (p. 26).

É entre a aparência e a essência que se joga boa parte dessa exigência de descoberta e de conhecimento sobre as estranhas realidades a que importa prestar atenção. No mínimo gesto e opção que o jornalista realiza está implícita a ideia que aquilo que faz se justifica pelo interesse que ele pressupõe

que existe da parte de quem vai receber essa informação. Tal processo de comunicação contém, portanto, em si duas noções essenciais: 1) a necessidade de prover e responder às necessidades de conhecimento/informação dos cidadãos; 2) que aquilo que se comunica é relevante para a vida das pessoas, objetivo este que entronca e se insere na teoria democrática do jornalismo. É isso mesmo, aliás, que também pensam Kovach & Rosenstiel (2004), quando concordam que o cidadão não deve ser entendido como uma abstração — “algo de que a imprensa fala, mas a quem não se dirige” (p. 27) —, mas antes a razão principal que legitima a sua ação no quadro da vida em sociedade. Há aqui, pois, toda uma relação dialética entre jornalismo e cidadania que suscita uma análise sobre o trabalho que se realiza e os meios existentes e ou mobilizados para a sua regular concretização, e as expectativas criadas (por vezes mesmo anunciadas e inscritas nos objetivos do respetivo órgão) junto dos respetivos públicos. Donde, não basta clamar pela importância do jornalismo e pelo papel e função que ele desempenha na vida democrática — é imperioso saber qual a relevância que os públicos, os cidadãos, afinal, lhe atribuem. E, nesse sentido, de que forma ele cumpre verdadeiramente os objetivos que diz perseguir.

Eis um tema (ou preocupação) que deveria ser profundamente discutido entre os jornalistas, a partir de uma análise crítica do trabalho que realizam, num processo de auto-hermenêutica como o que referimos no capítulo anterior. Não são eles e elas, afinal, os mais interessados em perceber a perda continuada de leitores e audiências nos espaços informativos?

A jornalista e colunista norte-americana Amanda Ripley publica um extenso e provocador artigo na edição de 8 de julho de 2022 no *Washington Post*, intitulado “I stopped reading the news. Is the problem me — or the product?”, no qual explica detalhadamente como ela, durante anos leitora compulsiva de jornais e revistas, se transformou numa cidadã que as evita. No fundo, faz parte dos 42% de norte-americanos que, segundo um estudo do *Reuters Institute* publicado em 2022, revela um panorama preocupante, ao mesmo tempo que dá força a uma questão nuclear: se a missão do jornalismo é informar as pessoas, onde está a evidência de que o seu trabalho é bem sucedido?

O “onde” como lugar (im)produtivo da notícia

A cultura e prática jornalísticas entronizaram há mais de um século que a resposta às perguntas “quem? o quê?, quando?, onde?, como? porquê?” constituem os pontos cardeais para uma boa e completa informação. O problema é que os média (e o jornalismo que eles permitem que se faça) vêm, de há muito, ignorando e pondo de lado, o “onde”, como refere Nikki Usher (2021). Claro que este “onde” que a autora assinala tem, sobretudo, que ver com o local a partir do qual se produz a informação, o que implica a adoção de um olhar também próprio, porque menos distanciado face ao que se noticia. Esse “onde” corresponde ao epicentro do acontecimento e ao contacto direto com os personagens no cenário que o compõem. Representa, enfim, a tal realidade diversa e distante das lentes com que Nova Iorque vê o mundo e o representa.

Vivamente preocupada com as consequências do declínio do jornalismo face aos públicos e com as crescentes assimetrias informativas que as transformações de hábitos dos cidadãos e da paisagem mediática evidenciam, Usher propõe que se atenda e procure perceber como “são feitas hoje as notícias, como é que os jornalistas tomam as decisões acerca do que vão cobrir, e quais as pressões implícitas e explícitas que determinam como os jornalistas realizam o seu trabalho” (2021, p. 11). Embora tendo o cenário mediático do seu país por referência, a autora estabelece quatro premissas que, em seu entender, são determinantes para a discussão do tema:

1. Notícias locais críticas e abrangentes é uma invenção recente, não é um elemento central da história da democracia americana.
2. O jornalismo é importante no empoderamento da democracia, mas perpetua, ao mesmo tempo, a desigualdade e o *status quo*.
3. Os jornais atingiram um estado de fracasso tal no mercado, que fazem do jornalismo de qualidade um “bem privado” que só alguns podem e estão dispostos a pagar.

4. O lugar é um substituto do poder; e o poder de definir “lugar” tem sido uma fonte de autoridade jornalística (Usher, 2021, pp.17-18).

Estes aspetos são tanto mais relevantes quanto se sabe que o jornalista é aquela roda dentada, na expressão de McNair (1998), cujo produto do trabalho que realiza não depende unicamente de si e da sua vontade. Ele está inserido numa engrenagem organizacional e social que determina e influencia a sua ação. Por outras palavras, tende-se quase sempre a considerar o universo da redação como o único espaço ou o espaço privilegiado do trabalho e ação jornalísticas, esquecendo-se as múltiplas interações que cada profissional leva a cabo fora do seu local de trabalho e que também fazem parte da equação. Tal releva, uma vez mais, a dimensão do “onde” a que temos vindo a fazer referência, mas cuja importância não deve ser cotejada nem entendida desgarrada de outros aspetos.

Em vez de estar *in*, para melhor ver e contar, muito do jornalismo contemporâneo prefere estar *out* e espreitar, como se fosse um mero “voyeur” que olha para o que acontece, apenas com o objetivo de mostrar e exhibir o que consegue apressadamente ver, mas sem a preocupação de entender e interpretar a complexidade daquilo que efetivamente comunica. A ideia de esclarecimento ou de iluminação da matéria informativa, a que Lippman, em *Public Opinion*, se referia há um século, quando distinguia a noção de verdade da de notícia, implica atenção e cuidado profissionais, pormenores que na avidez e velocidade da lógica do instante — e das ideias pré-concebidas — são com demasiada frequência descurados.

Quando pensamos e falamos no jornalismo como um pilar da democracia é impossível desligar essa bem intencionada preocupação das condições em que ele é exercido e do que se exige dele e ele realiza, para que faça sentido defender a sua ação e missão. A presença-existência ou ausência-inexistência dos média num dado espaço e momento, e a decisão acerca do “onde” em que se fala e se mostra — ou a opção de não o fazer — tem consequências inevitáveis para a democracia (Usher, 2021). Diferentemente da espiral do silêncio, nos termos propostos por Elisabeth Noelle-Neumann,

aquilo que está aqui em causa é a ideia de realidades invisíveis e de construções narrativas, cujo sentido do discurso noticioso pertence ao lugar privilegiado das convenções que enformam o falante. Na verdade, não basta que um dado jornal, para aproveitar o caso anteriormente citado do *NYT*, passe a ter consciência de que a sua realidade, ou seja, o microcosmos em que está inserido — o seu mundo — e as convenções pelas quais orienta a sua ação e observação do que considera ser a realidade que importa mostrar, sejam muito diversas das realidades que é suposto tratar do ponto de vista jornalístico. É imprescindível que essa tomada de consciência seja consequente, o que implica mudanças na sua forma de agir e na incorporação dos elementos e instrumentos necessários à efetiva concretização do trabalho jornalístico à luz dessa renovada forma de interpretar a sua ação e responsabilidade diante das realidades diversas que toca. Foi, em grande parte, com o objetivo de melhor responder a tais exigências que em fevereiro de 2022, o *Washington Post* anunciou a constituição de uma nova equipa editorial, intitulada “Democracy team”, que teve como consequência a abertura de representações do jornal em vários estados.

Claro que o real da notícia é a sua factualidade, como bem observa Muniz Sodré (2009), ao sublinhar que é “sua condição representar um fato por meio do acontecimento jornalístico” (p. 27), o que significa, nesta linha de pensamento e segundo o mesmo professor da Universidade Federal do Rio de Janeiro, que “o sistema jornalístico agrega microfatos” (p. 35), aceitando como boa a noção de que “o acontecimento é a sombra projetada de um conceito construído pelo sistema de informação” (Mouillaud, 2002 apud Sodré, 2009, p. 33).

O que está em causa, portanto, é o “sistema de informação” enquanto canal complexo, diverso e por vezes tempestuoso, que ora se mostra frágil e frugal nas suas receitas, ora se apresenta e é visto como um agente de poder e de contra-poder, não obstante, como assinala no seu ensaio “The power of journalism: back to the future of news”, Charlie Beckett (2018), um jornalista sozinho ou simples atos de jornalismo (que implica que não são feitos por

jornalistas, mas por meros cidadãos, na linha do que também considera Jeff Jarvis), poderem ter um impacto sem precedentes e bem maiores que qualquer *médium mainstream*. Daí, em seu entender, que o jornalismo se sinta, ao mesmo tempo, ameaçado e fortalecido, num aparente paradoxo que descortinamos também nas premissas de Nikki Usher. Com a agravante, como bem sabemos, de atualmente os “likes” e o potencial de partilha, como observa a antiga diretora do NYT, Jill Abramson (2019), poder ser entendido como valor-notícia. Isto significa que a emoção se tornou um elemento determinante na economia da informação, o que releva a noção do “onde” como o lugar da presença constante. Esse “onde” tanto pode ser visto e analisado com base na presença-existência de mídia locais, ou seja, órgãos com um sentimento de pertença ao lugar, na medida em que fazem parte dele e participam na sua estruturação, ou a partir de veículos igualmente informativos, que embora implantados nesse mesmo espaço territorial, não se consideram dele, dado que o seu centro de decisão tem uma outra dimensão e pertence a outro lugar.

O referido “sistema de informação” está longe, pois, de ser unívoco. E na diversidade das suas idiossincrasias, haverá os que, como Derrida, em *Memórias de cego* (2010), hesitarão na escolha das palavras perguntando-se: o que se passa quando se escreve sem ver? Esta dimensão do “não ver” significa, extensivamente, a capacidade de não perceber, de não entender. Como interpretar, então, o que acontece se não houver um entendimento claro acerca do que se passa? E o que se passa tem a mesma relevância, independentemente do lugar de pertença do observador? e o peso e influência das fontes, dos protagonistas, das instituições do lugar respetivo determinam ou não, com graus e pesos diversificados, o tom e o conteúdo do que se noticia? Nikki Usher considera que sim. Mais: entende até que por vezes há demasiada proximidade e promiscuidade entre os jornalistas de mídia locais e os “corrupt city bosses” (p. 20), panorama que Horace McCoy — que foi redator desportivo no *Dallas Journal* entre 1922-1930 — várias décadas antes tinha já primorosamente tratado em *O pão da mentira*.

Territórios da informação

Recusando o olhar algo romântico e bondoso que vê na mera presença dos média uma salvaguarda da democracia e um escrutínio severo e rigoroso do exercício do poder, a mesma investigadora recorda sumariamente o trajeto sinuoso e tantas vezes pouco edificante da imprensa local, para concluir que a sua presença, por si só, está longe de ser uma resposta eficaz e um contributo à desejada transparência da vida democrática. Tendo a realidade norte-americana por cenário, ela sustenta que boa parte das notícias locais consideradas relevantes e que mais nos preocuparia perder

são provavelmente mais uma exceção, que uma regra, por duas razões principais: as notícias locais como hoje as entendemos são uma invenção recente; e em segundo lugar o jornalismo que verdadeiramente importa é em grande parte apresentado segundo uma forma de *boutique* informativa (Usher, 2021, p. 20)

praticada por esses media, caracterizados por uma fraca dimensão e estrutura organizacional e financeira. Diagnóstico que, em termos gerais, se aplica também à realidade portuguesa.

Para o francês Marc Martin (2002), especialista em história da imprensa e antigo professor na universidade de Nanterre, as ameaças atuais ao jornalismo regional — que mantém uma posição de hegemonia em França — são de ordem tecnológica e financeira. Está visto que o seu olhar foca-se mais no papel e nas potencialidades que a imprensa local desempenha e menos na problematização em torno das implicações que as novas configurações empresariais introduziram no setor, e das relações, nem sempre lineares, entre os média e os grandes interesses económicos regionais. Disso se ocupa com outra profundidade e atenção a obra recente de Bousquet & Amiel (2021), cuja perspectiva se aproxima, em muitos aspetos, da visão crítica da norte-americana Nikki Usher.

A expansão dos grandes grupos multimédia e a consequente concentração de meios constitui, desde logo, segundo Bousquet & Amiel (2021), um

dos sintomas mais preocupantes para a saúde democrática dos territórios do país, cuja imprensa, não obstante o bem-estar que aparenta, tem vindo a perder audiência. Mesmo assim, sete dos 10 jornais mais vendidos em França são regionais. A imprensa quotidiana francesa, que durante a pandemia da Covid-19 desempenhou um papel inestimável de esclarecimento e de boa informação às populações, representará, porventura, um caso excepcional no mundo ocidental. Segundo dados oficiais, os seus 57 títulos — que empregam 5.800 jornalistas — são diariamente lidos por cerca de 13 milhões de pessoas nas edições em papel, e por 8,5 milhões de internautas⁵.

Não obstante esta pintura airosa, Bousquet & Amiel (2021) não deixam de evidenciar os problemas e as tensões existentes entre o interesse jornalístico e as fontes de informação que são, muitas vezes, também, os principais anunciantes. Daí, como bem assinalam, o risco de o jornal se transformar numa espécie de montra para as promoções e interesses económicos dessas empresas, das quais dependem duplamente. O comentário a esta obra feito por Jérémie Fabre, na rubrica “O livro do mês”, no *Le Monde Diplomatique* de outubro de 2021, apresenta uma síntese inquietante: “a imprensa quotidiana regional passou de uma imprensa «de serviços» (aos leitores), para uma imprensa «ao serviço» dos barões locais”⁶.

Na verdade, a inserção desses média nas sociedades locais e as suas relações com os diferentes atores que interagem com eles nos diversos espaços públicos das geografias regionais constitui um dado incontornável. Neste sentido, a imprensa é determinada pelas geografias e os espaços públicos territorializados que ela cobre, embora ela seja também, reciprocamente, crucial ao processo de construção e reafirmação diária desses mesmos territórios (Bousquet & Amiel, 2021).

5. Fora do mundo ocidental, o Japão é o melhor exemplo da vitalidade da imprensa local, sendo ainda o país com os dois diários de maior tiragem a nível mundial: Yomiuri Shimbun (10 milhões) e Asahi Shimbun (8 milhões). Para mais detalhes sobre o panorama da imprensa local japonesa ver: Anthony Rausch (2012), *Japan's local newspapers: Chihōshi and revitalization journalism*. Routledge.

6. Texto integral da crítica ao livro: <https://www.monde-diplomatique.fr/2021/10/FABRE/63626>

Mais otimista, Julien Kostrèche, co-organizador do Festival de Informação Local, afirmava em entrevista dada em dezembro de 2021⁷, que a imprensa local francesa não está tão ameaçada como a norte-americana; este sentimento era, entre outros argumentos, justificado pela observação de dinamismo que ele nota no setor, onde a emergência de projetos de jornalismo participativo e de jornalismo de soluções emprestam um entusiasmo que os mais de 600 mil exemplares diários de circulação do *Ouest-France*, fundado em 1944 na cidade de Rennes e há décadas o jornal mais vendido em França, fazem supor.

Em Portugal, a questão vem ganhando especial dramatismo desde o virar do século. Os modelos e opções de gestão dominantes à época pensaram que as virtualidades tecnológicas emergentes eram o novo Santo Graal e por isso as transformaram no “luna parque” das redações, como se a sua capacidade de atração e o fascínio que provocavam fossem suficientes para operar o milagre da informação (quase) sem intervenção humana.

Ao mesmo tempo que os média tradicionais iam perdendo o antigo fulgor de vender audiências para a publicidade, uma vez esta ter iniciado a sua migração para as plataformas digitais de onde já não sairia, o que representou um abalo telúrico no modelo de negócio do “ancien régime” mediático, as empresas foram pondo em prática políticas de despovoamento das redações. As razões são várias e diversas, quase sempre explicadas com base na falência do modelo de negócio que dominou os primeiros 100 anos a partir da fase industrial da imprensa; porém, no caso português, os sinais de crise eram já perceptíveis antes ainda da afirmação dos meios digitais e das redes sociais. Na década de 1990 boa parte dos principais jornais distribuía facas, serviços de cozinha e fascículos vários, gratuitamente, com as respetivas edições. Se nos lembrarmos, por outro lado, que durante a vigência do império do papel, Portugal era, na Europa, um dos países com mais baixo índice

7. “La presse local n’est pas aussi menacée en France qu’aux Etats-Unis”: entrevista disponível em: <https://www.courrierdesmaires.fr/98857/la-situation-de-la-presse-locale-en-france-nest-pas-comparable-a-celle-des-etats-unis/>

de leitura de jornais por mil habitantes, facilmente concluímos que não é surpresa que esse panorama não tenha sido alterado para melhor.

Ainda em Portugal, onde os efeitos da pandemia da Covid-19 agravaram as condições de trabalho e a precariedade (Garcia et al, 2021), a imprensa regional, de acordo com a Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), perdeu em oito anos (2010-2018) mais de 400 títulos, ao mesmo tempo que o número de jornalistas despedidos ou que por iniciativa própria abandonaram a profissão, trocando-a por outras atividades mais bem remuneradas, constitui um sintoma claro da erosão e vulnerabilidade do setor.

Se a este cenário acrescentarmos o progressivo encerramento das delegações dos principais média do país, de que decorre uma evidente perda de diversidade noticiosa e a possibilidade de um conhecimento partilhado mais amplo e construído com base no olhar dos que habitam as respetivas geografias locais e melhor entendem as suas especificidades, facilmente se percebe como todo o setor vem, simultaneamente, emagrecendo e tornando-se mais frágil.

Aparentemente estaremos diante um certo paradoxo, uma vez que as temáticas da proximidade, como antecipava Carlos Camponez nos alvares deste século, pareciam estar para ficar e fazer escola:

fala-se de gestão local, de políticas locais, da ligação do político aos seus eleitores, de «polícias de proximidade», de mercados locais e fragmentários, renasce o interesse pelas identidades e as culturas particulares e, conseqüentemente, pelos fenómenos de comunicação local, nomeadamente os media locais e regionais (Camponez, 2002, pp. 15-16).

Perguntar-se-á, neste contexto, até onde e em que sentido se justifica discutir no plano local e regional algo que está em crise na sua superestrutura, entendendo aqui esta noção como a informação produzida e acedida ao nível global. Pensar assim, levar-nos-ia, no entanto, considerar a existência de uma oposição declarada e insanável entre o que é global e a dimensão local da informação. Por outras palavras, estaríamos a pensar o território

enquanto espaço estanque, não comunicável nem influenciável, ignorando, no limite, a presença de desigualdades e desequilíbrios evidentes entre territórios inseridos no mesmo super-território que é o Estado-Nação (Petrella, 1991), fruto de opções conscientemente tomadas e assumidas. O pensamento de Ricardo Petrella, embora centrado na dimensão global dos processos de produção e de circulação de bens e capitais, tem já presente a noção de desterritorialização que hoje tão bem se aplica ao setor dos média, a qual, para além desse fator, contém já um outro que é, ao mesmo tempo, uma vantagem e um problema: a desmaterialização da informação (Figueira, 2020).

Assim sendo, a discussão em torno da imprensa regional parece tornar-se um pouco mais complexa, porquanto ela já não pode, como antes, ser circunscrita exclusivamente ao seu espaço de produção e de relação com os leitores-alvo, que agora — como antes — podem estar em qualquer ponto do globo, só que hoje acedem de forma automática aos respetivos veículos de informação, nos casos em que estes tenham edições online.

Tal possibilidade não invalida, no entanto, a característica fundamental do jornalismo regional e local, que é a de nunca perder de vista os interesses e o foco na sua comunidade e nos seus domínios territoriais (Camponez, 2002). Assim se entende, por exemplo, a emergência nos últimos anos de um conjunto de projetos hiperlocais de informação que, seguindo vários modelos e formas, procuram reintroduzir propostas e ofertas novas no seu relacionamento com os públicos que servem (Aguiar, 2016).

Ganha, assim, especial importância o conceito de proximidade. A ideia de proximidade, aliás, está intimamente ligada à noção de comunidade (Silvestone, 2002). Sem elas seria impossível perceber o que Camponez designa por “comunidades de lugar” (2002, p. 36), que são esses territórios onde emergem, desenvolvem e se reconhecem valores recriados localmente. Entre eles avulta a criação de espaços de difusão e de partilha de informação e de opinião, materializados sob a forma de um projeto editorial de jornalismo. Dito assim, aceitaremos que existem várias tipologias de proximidade (cultural, profissional, etc); porém, a que nos interessa aqui olhar

e ter presente é a proximidade ligada à ideia de comunidade unida por espaços territoriais identitários partilhados. De resto, não existe um jornalismo regional que trata as comunidades em que se insere como uma abstração ou, ainda, como um não lugar desabitado. (Figueira, 2020).

Daí que, ao forasteiro, a informação regional lhe permita perceber o que desconhece acerca da respetiva comunidade; conhecer os seus hábitos e festividades; os seus protagonistas e os acontecimentos que marcam a sua atualidade. O jornalismo regional pontua e lê o mundo visto a partir do seu posto de observação, do seu cesto da gávea, com os recursos que (não) possui e também com as suas idiossincrasias. Ora, é sobre estes pedaços de mundo — tantas vezes invisíveis e não adequadamente compreendidos — que, no quadro complexo dos desafios, dilemas e paradoxos da contemporaneidade e dos respetivos panoramas sócio-mediáticos, importa falar (Figueira, 2020) e ouvir, a partir das suas próprias vozes.

Desertos de notícias

Num tempo marcado pelo aquecimento global, o jornalismo vive a sua alteração climática com o avanço progressivo e impiedoso dos seus desertos de notícias. Dos 308 concelhos de Portugal, conclui o estudo mais recente e completo sobre a nossa realidade, 166 encontram-se numa situação de alerta em relação à cobertura noticiosa (Jerónimo et al, 2022), o que significa que muitos deles já estão e outros vão a caminho de se tornarem desertos de notícias. Olhando com mais detalhe, observa-se que 78 municípios do país não possuem meios de comunicação com sede no concelho a produzir conteúdos jornalísticos que possam atender às suas comunidades, sublinha a mesma investigação, que alerta ainda para o facto de outros 88 concelhos apenas possuírem um meio com produção noticiosa regular (Jerónimo et al, 2022). As regiões norte, centro e alentejo concentram mais de 80% dos desertos e semi-desertos de notícias, e em 118 dos 308 concelhos do país não há sequer uma rádio a veicular notícias locais.

No Brasil, segundo a pesquisa levada a cabo pelo “Atlas da notícia, versão 3.0”, publicada em dezembro de 2019, 62,6% dos municípios, abrangendo um total de cerca de 37 milhões de pessoas, fazem parte do chamado deserto de notícias, por não possuírem um único jornal local. E 19,2% dos municípios do país inserem-se no cenário de quase desertos de notícias, por aí terem apenas um ou dois veículos de informação. Entre 2003 e 2019 encerraram 331 veículos jornalísticos locais brasileiros. Resultado da crise provocada pela pandemia da Covid-19, muitos outros acabaram entre 2020 e 2021. Dados publicados em agosto de 2023 revelam que a percentagem de deserto de notícias no Brasil desceu 8,6%.

Outros projetos, no entanto, foram emergindo, muitos deles fruto de múltiplas dinâmicas de cidadania. Em agosto de 2022 a *Énois Laboratório de Jornalismo* fez o mapeamento de 140 iniciativas de jornalismo periférico na região metropolitana de São Paulo. Projetos de jornalismo local, muitos deles com forte pendor cultural, em bairros com pouca cobertura por parte dos grandes média foram contabilizados. Tais veículos reforçam os vínculos sociais e culturais das respectivas comunidades, ao mesmo tempo que evidenciam o trabalho e ação de outros protagonistas, que nunca aparecem nos média instalados nas grandes cidades. Para estes, essas comunidades apenas são notícia pelos piores motivos. Aquilo que o referido mapeamento veio mostrar é que a necessidade de informação e de comunicação é algo que as pessoas sentem de forma intensa, e que tais projetos constituem-se como oportunidades para uma vivência mais democrática e aberta entre as diversas comunidades.

Panorama semelhante encontramos nos Estados Unidos. Segundo dados oficiais, desde 2005 encerraram a atividade 2.460 jornais locais (360 fecharam durante a última pandemia), onde mais de 1.400 cidades perderam pelo menos um jornal nos últimos 15 anos; e, de acordo com um estudo do *Pew Research Center*, o emprego nos media desceu 26%, entre 2008 e 2020, o que representa uma perda de 30 mil postos de trabalho em todas as redações: 114 mil para 85 mil. Estes números não refletem, contudo, o agravamento do desemprego provocado pela pandemia da Covid-19, cujos

efeitos, segundo dados publicados em agosto de 2022 pelo *Poynter*, apontam para um total de apenas 30 mil jornalistas empregados⁸.

Margaret Sullivan⁹, que durante 13 anos dirigiu o *The Buffalo News*, aproveita a sua longa experiência como jornalista no mais importante diário do Oeste para nos falar nas notícias fantasma — *Ghosting the news* (2020) —, obra em que discorre sobre o fenómeno do deserto de notícias e as suas implicações no aumento da polarização das comunidades, no seu empobrecimento informativo e menor sentido de compromisso com as questões locais, como resultado de uma cidadania mais desinformada, deslaçada nos seus vínculos interpessoais e no sentido de pertença coletivos; e portanto menos capazes de tomar decisões corretas acerca dos destinos e da vida das suas cidades.

O cenário descrito e analisado por Margareth Sullivan é desolador, uma vez que ao fenómeno da desinformação e das *fake news*, a autora junta este novo e preocupante cenário dos desertos de notícias, sublinhando que os mais de dois mil jornais que encerraram a atividade na última década jamais voltarão a renascer e a maior parte dos que subsistem são uma sombra do que já foram. Assinala, a este respeito, que os valores dos empréstimos municipais têm aumentado na medida em que as notícias locais diminuem, porque o *cão de guarda* não está lá e, nesse sentido, o governo local torna-se menos eficiente e mais propenso à corrupção e ao desperdício de gastos públicos (Sullivan, 2020).

Tendo por base a ideia de que a forma como a nossa democracia funciona assenta em ter cidadãos informados, a mesma autora e ex-columnista¹⁰ do *Washington Post* acredita que uma das saídas para a presente crise que

8. Desde 2021 têm surgido projetos individuais ou de pequenas equipas, no formato de newsletters e de podcasts. Atualmente, a startup *Axios local*, plataforma noticiosa que começou em 2021 com quatro cidades norte-americanas e agora (agosto de 2022, altura em que foi vendida por 525 milhões de USD à Cox Enterprises) abrange já 24 cidades, com textos curtos, de cerca de um ou dois minutos de leitura, é um caso de estudo. O *City Cast*, podcasts sobre oito grandes cidades, constitui outro exemplo alternativo que busca no mercado e nas audiências a sua base de sustentação.

9. Posteriormente, em 2012, passou a ser a Provedora do leitor do *The New York Times*, a primeira mulher a desempenhar o cargo, naquele jornal. Terminado o seu mandato passou a escrever no *WP*.

10. Em agosto de 2022 anunciou a sua saída do *WP*, para se dedicar à lecionação na Duke University e a escrever livros

assola o setor possa estar em modelos de organização não lucrativos. Tal implica pensar o jornalismo segundo fórmulas económicas alternativas e, sobretudo, assumir a decisão de entender a informação como um bem público relevante e que é ela que deve estar no centro do processo. Donde lhe ocorra referir os casos de *Voice of San Diego*, *The City* e *Minn Post* que, porventura inspirados no projeto *ProPublica*, propriedade de uma fundação, e em que várias das suas investigações já lhe valeram a conquista de alguns prémios Pulitzer, constituem exemplos que propõem um jornalismo de qualidade suportado em formas de organização não lucrativas, o que implica, nestes modelos, uma co-responsabilização por parte dos cidadãos.

Mesmo assim, não há soluções isentas de riscos nem modelos perfeitos. Aquilo que de forma episódica se vai sabendo quando alguns média dão a conhecer as pressões de que são alvo por parte dos seus subscritores, que se sentem no direito de reclamar acerca das opções editoriais na cobertura de um dado acontecimento ou na publicação de certos artigos de opinião, está agora bem evidenciado na pesquisa realizada pelo jornalista uruguaio, Guillermo Drapper, publicada no *Reuters Institute for the Study of Journalism*, de 2 de agosto de 2022. Sob o sugestivo título de “Síndrome da Branca de Neve: proteção dos valores editoriais num modelo de receitas oriundas dos leitores”¹¹, o autor problematiza a nova realidade face aos valores profissionais do jornalismo, em que tanto as preferências das audiências como a necessidade de os jornalistas estarem abertos ao diálogo e atentos aos diversos *inputs* que lhes chegam são devidamente equacionadas.

Face a este quadro, cujos modelos de receitas (ou de negócio) podem também suscitar pressões diretas ou indiretas da parte das audiências, para as quais e com as quais os média trabalham de forma muito estreita e próxima, a questão que mais uma vez se coloca é a independência editorial. Se as manifestações de descontentamento anteriormente referidas devem ser escutadas, elas não devem, no entanto, sobrepor-se à capacidade de decisão

11. Os resultados da pesquisa podem ser consultados em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/snow-white-mirror-syndrome-protecting-editorial-values-reader-revenue-model?utm_source=substack&utm_medium=email

editorial. Por outras palavras, a ideia de independência das redações e que, no plano da teoria, as audiências sempre aprovam, não pode, fruto de posições conjunturais ou de interesses pessoais ou de grupo, ser posta em causa. Tal implica, portanto, que esse modelo predominantemente assente e estruturado nas receitas oriundas dos leitores seja capaz de manter o desejável equilíbrio entre uma ambiciosa cultura de independência das respetivas redações, sem que estas, todavia, vivam alheadas das posições e alertas dos seus subscritores. Fica claro nesta investigação de Drapper que tudo isto é mais fácil de dizer que de fazer. Sobretudo quando os leitores são incapazes de lidar com os seus preconceitos ou nos casos em que apenas desejam uma informação que apoie as suas convicções e visão do mundo.

“Quem vai comprar a democracia?”

Projetos como a revista trimestral *XXI* e o semanário *Le1*, ambos em França, ou a britânica *Delayed Gratification*, que recusam aceitar publicidade, representam, entre muitos outros, exemplos consolidados de resistência e alternativas válidas à hegemonia comercial a que parte considerável do jornalismo resignadamente se submeteu e de cuja situação não esboça o mínimo gesto ou vontade para sair.

É neste contexto que entendemos a recomendação de Robert McChesney (2000) que, há duas décadas e parafraseando o ativista Saul Aliinsky, escrevia que “a única forma de vencer o capital organizado é através de uma cidadania organizada” (p.318). Para este professor norte-americano, especialmente preocupado como a participação dos cidadãos na esfera pública, a existência de um sistema mediático aberto e democrático deve comportar a possibilidade de as pessoas poderem comunicar entre si, sem que tais fluxos e acesso à esfera pública seja filtrada e censurada por interesses corporativos e comerciais. Este seu pensamento tem implícita a ideia de que qualquer reforma do sistema mediático não pode ser melhorado isoladamente — ele precisa ter em conta uma reforma democrática mais ampla.

Todos os dados disponíveis, não obstante os exemplos encorajadores que vão surgindo, indicam que estamos ainda muito longe desse patamar de exigência e de participação coletiva que McChesney tanto aprecia e defende. Porém, as vozes que afinam pela via da corresponsabilização entre mídia e cidadãos e pela tomada de políticas públicas de apoio ao jornalismo começam a fazer-se ouvir com maior intensidade. Victor Pickard, professor na Universidade da Pennsylvania, sustenta, a este respeito, que a crise do jornalismo não será possível resolver através de iniciativas individuais nem pela ação dos assinantes. Em seu entender, o problema é coletivo e de tal modo amplo e profundo que exige uma intervenção governamental¹². Em artigo publicado em 2021, o mesmo investigador dá os exemplos de iniciativas filantrópicas como “American Journalism Project” e “Report for America” e de projetos jornalísticos não lucrativos como *The Philadelphia Inquirer*, *Salt Lake Tribune*, *City Bureau* ou *The Texas Tribune*, a cuja lista junta, ainda, nomes de jornais apoiados por subsídios dos governos estaduais de New Jersey¹³ (Civic Information Consortium) e do Ohio (Statehouse News Bureau).

A medida do governo de New Jersey, sem precedentes no país, serviu para lembrar que os Estados Unidos estão na cauda entre as nações ocidentais que olham com a devida atenção para os seus serviços públicos de informação. Perante a Noruega, que investe 135 dólares por pessoa, em cada ano, no apoio aos média de serviço público (Reino Unido gasta 86 dólares, Canadá, 22 dólares Alemanha, 107 dólares e a França 55 dólares), os Estados Unidos, como ironizava Marlee Bridge em artigo publicado no *NiemanLab*, intitulado, “Água no deserto de notícias”, gasta aproximadamente 2,25 dólares *per capita* por ano, “o que corresponde ao preço de meio gelado de caramelo no Starbucks”.¹⁴

12. “The commercial era for local journalism is over”, in NiemanLab: <https://www.niemanlab.org/2020/12/the-commercial-era-for-local-journalism-is-over/>

13. Em julho de 2018 o governo do estado de New Jersey aprovou um apoio no montante de cinco milhões de dólares para apoiar projetos jornalísticos inovadores.

14. “Water in a news desert: New Jersey is spending \$5 million to fund innovation in local news”: <https://www.niemanlab.org/2018/07/water-in-a-news-desert-new-jersey-is-spending-5-million-to-fund-innovation-in-local-news/>

Victor Pickard visa comprometer, no seu texto, os poderes locais e regionais na solução de uma crise sem fim à vista. Contudo, não deixa de colocar na equação o papel que as comunidades — e os cidadãos — devem igualmente assumir neste contexto e numa questão que lhes diz diretamente respeito e, por isso, são parte interessada. Recuperando, no essencial, as ideias que desenvolve na sua obra editada um ano antes — *Democracy without journalism?* — Pickard (2020) defende que a crise exige uma conversa mais profunda sobre os interesses em jogo para as comunidades locais, a cultura democrática e a sociedade, num quadro de clara falência dos modelos comerciais.

Apesar destes diagnósticos e do quadro geral do setor indicar que este, como negócio, atravessa uma séria crise, existem outros sinais que nos indicam que vale a pena investir nele. Uma análise do *Financial Times* publicada em junho de 2021 referia que metade dos diários norte-americanos eram controlados por fundos de risco ou empresas financeiras. O *The Guardian*, na sua edição de 21 de junho do mesmo ano, dava também conta dessa tendência e noticiava a aquisição de vários títulos, entre os quais o *Chicago Tribune*, *New York Daily News* e *Baltimore Sun*, pelo fundo de risco Alden Global Capital, o qual já tinha participações em cerca de 200 jornais norte-americanos.

Esta crescente financeirização do setor mediático — que está longe de ser um fenómeno exclusivamente norte-americano — com evidente impacto no jornalismo que se produz, suscita uma pergunta tão óbvia quanto evidente: os média — e o jornalismo por arrastamento — são um negócio e um setor de investimento como qualquer outro? O jornalismo pode ficar sujeito às flutuações e imprevisibilidade dos mercados e fundos de investimento, como uma empresa cujo objetivo seja apenas determinado pela obtenção de lucro e satisfação plena da vontade e ambição dos acionistas? Como podemos, então, ligar e relacionar o jornalismo com a defesa da democracia e o interesse público? Nunca foi tão atual a irónica pergunta que Michael Sandel, professor de filosofia em Harvard, repetidamente faz: “será que alguém também vai comprar a democracia?” (Kovach & Rosenstiel, 2004, p. 30).

3. A INUTILIDADE DO JORNALISMO ENGRAÇADO

Não se deixem deslumbrar pelas técnicas e pelas novas tecnologias. Elas de nada valem, se não forem utilizadas com profundo sentido ético e com a visão clara de que a imensa maioria da sociedade, em todos os países, ainda luta para libertar-se da exploração, da opressão, da desigualdade e da injustiça.

Perseu Abramo, em discurso aos alunos de Jornalismo da PUC-São Paulo.

Poucas organizações, como as jornalísticas, possuem no seu interior frentes de trabalho que se opõem. A vitalidade dos departamentos comercial e de publicidade expressa-se nos números e volume de negócio que capitalizam, ao passo que a força do jornalismo está na credibilidade que conquista, consolida e transmite. O pessoal do marketing e do setor financeiro luta por potenciar a imagem do respetivo órgão e dotá-lo da gestão mais competente e estável possível, enquanto a redação se esforça diariamente pela realização dos melhores conteúdos informativos.

Henry Luce, fundador de revistas marcantes como a *Time*, *Life*, *Fortune*, *Sports Illustrated* e pioneiro no que hoje designamos por grupos multimédia, defendia a clássica separação entre a Igreja e o Estado, o que significava, no seu reino editorial, a existência de fronteiras claras e rígidas entre as áreas da informação e dos negócios. Antes dele, já o diretor do *Chicago Tribune*, Robert McCormick introduzira essa divisão inflexível, ao proibir que jornalistas e vendedores de publicidade partilhassem o mesmo elevador.

Mesmo sem necessidade de levar tão longe os sinais e normas acerca de uma salutar e vantajosa separação de funções, é através dessa saudável divisão social do trabalho e de tarefas especializadas que os média noticiosos constroem as bases sólidas do respetivo edifício. O que significa que cada setor deve atuar segundo os respetivos princípios e regras, isto é, de acordo com os parâmetros e o estado da arte de cada uma das áreas profissionais em causa.

Da mesma maneira que seria um suicídio exigir ao grupo do marketing e da publicidade que incorporasse nos seus discursos e estratégias de atuação princípios que são próprios do jornalismo, o mesmo se dirá do inverso: de-sejar que os jornalistas introduzam no seu caderno de avaliações e decisões regras e valores alheios à sua profissão.

As práticas atuais mostram, no entanto, uma captura, por parte do jornalismo, de todo um léxico e comportamentos característicos de áreas profissionais que lhe estão interditas e que, à luz das normas portuguesas, constituem uma incompatibilidade. Quando um editor responde a um jornalista que a ideia deste está “adjudicada”; que falta “sexy appeal” a uma dada notícia ou reportagem; que a pessoa X ou Y não tem boa imagem ou não passa bem em televisão; que é preciso cobrir tal acontecimento porque “é giro”; ou ainda quando os editores de um canal de televisão diariamente avaliam quais as notícias que na véspera tiveram mais saída, para na jornada informativa desse dia decidirem, segundo o critério das audiências, secundarizar ou eliminar qualquer *follow-up* das peças menos vistas, as opções em causa e respetiva linguagem estão longe de pertencerem à família do jornalismo.

O mesmo se dirá em relação ao modo ligeiro (bem diferente da ideia de criatividade que deve estar presente no jornalismo) e supostamente engraçado que tantas vezes os repórteres assumem, como se estivessem a fazer uma *live* para as suas redes sociais, ou no pressuposto de que assim garantem as audiências que a respetiva cadeia hierárquica ambiciona; ou na exploração gratuita de emoções e na repetição *ad nauseam* de imagens que nada acrescentam à informação, apenas visam hipnotizar o telespetador; ou ainda na

preferência por aquilo que é pitoresco, onde as fronteiras entre a informação e o entretenimento são definitivamente ténues.

Mais frágeis são ainda essas fronteiras, quando olhamos para outros contextos culturais, como o Brasil, onde os conceitos de “jornalismo empresarial” ou de “jornalismo organizacional” coexistem pacificamente com o de jornalismo *tout court*. Um bom exemplo foi o concurso público lançado em agosto de 2021 pelo *Splash UOL*, destinado a repórter/jornalista de entretenimento. Dava-se “prioridade a mulheres negras e homens e mulheres trans”. O processo, lançado e discutido no Twitter de Mariana Soldi, diretora da *Splash*, propriedade do Universo OnlineFundação Getúlio Vargas (UOL), foi amplo e transparente, porquanto os muitos candidatos se lhe dirigiam publicamente, colocando as mais diversas questões.

Em Portugal não existe esta designação — jornalismo e entretenimento são, aliás, incompatíveis do ponto de vista do enquadramento profissional dos jornalistas portugueses. Não se enquadrará, no entanto, nessa designação o trabalho que os jornalistas Nuno Pereira e Joana Latino (SIC) têm vindo a fazer no âmbito da rubrica “Olhá festa”, que é transmitida durante todo o mês de agosto, durante o *Jornal da noite?*...

A tabloidização do quotidiano

O protagonismo dado na campanha para as eleições legislativas de 2021 ao gato do líder do PSD, Rui Rio, que os jornalistas passaram a tratar pelo nome — “Zé Albino” — conferindo-lhe um estatuto e personalidade claramente desusada para as circunstâncias, é um desses exemplos reveladores da demissão da ambição de bem informar — e com a responsabilidade e dignidade que a profissão exige — por troca com formas de comunicação ligeiras que transformam acontecimentos de natureza política potencialmente relevantes em meros *fair-divers* noticiosos.

James Fallows (1996) sinaliza isso muito bem quando afirma que os jornalistas podem escolher entre entreter as audiências, como se a vida pública

se resumisse a um mero jogo de salão, ou interessá-las com boa informação. Mais recentemente, Zelizer *et al* (2022), numa obra escrita a seis mãos e à qual não por acaso, chamam de “manifesto”, olham para os atuais tempos de incerteza para defenderem, na mesma linha de pensamento de Fallows, a prática de um jornalismo socialmente empenhado, despojado dos seus louros do passado e, portanto, disponível para repensar o seu papel e as suas prioridades.

É neste contexto que se situa o debate em torno dos valores da profissão, nomeadamente, entre as linhas orientadoras que estabelecem as fronteiras entre o jornalismo popular, que aglutinamos no conceito de jornalismo tablóide proposto pelo investigador dinamarquês Skovsgaard (2014), que contempla as noções e dimensões do sensacionalismo e da personalização; e as outras práticas profissionais, habitualmente consagradas e visíveis no jornalismo de referência, e que tanto Hallin & Mancini (2004) como Deuze (2005), entendem como aquele comportamento que constitui a ideologia profissional do jornalista, cuja norma orientadora de ação é determinada pelo cumprimento comum e partilhado do interesse público, o qual, em síntese, se afirma como o principal valor profissional. É evidente que essa ideologia profissional está longe de ser rígida e inamovível, como Mark Deuze também se encarrega de sublinhar no mesmo artigo (2005), porquanto, como já referimos antes, ela está aberta e sujeita a processos permanentes de negociação, no quadro das respetivas organizações ou empresas mediáticas (Skovsgaard, 2014; Reese, 2001).

Por outro lado, o conceito de “tabloidização” desenvolvido por Skovsgaard (2014) que nos seus aspetos essenciais — sobrevalorização da vertente comercial e emocional das notícias, e do entretenimento enquanto produto informativo — é subscrito por vários outros investigadores, acaba por suscitar linhas de pensamento desencontradas. Onde alguns vêem na tabloidização do jornalismo um perigo para a democracia, outros vislumbram uma oportunidade de certos assuntos tocarem o campo de atenção de franjas da população que, de outra maneira, não seriam informadas. O professor sueco

Henrik Örnebring e a sua colega Anna Jönsson consideram mesmo que este é um dos sérios problemas que a informação enfrenta na atualidade, atendendo a que segmentos importantes da sociedade, como os imigrantes e as classes mais desfavorecidas economicamente, não se sentem incluídas nos conteúdos dos principais média, os quais, em regra, não se preocupam com tais públicos nem lhes prestam a devida atenção. Os média mais populares, por seu lado, vêm nessas franjas (marginais) da população um potencial de audiência que sabem capitalizar e com a qual dialogam, através de uma linguagem acessível e apelativa, e com temas que lhes interessam ou, no mínimo, lhes tocam diretamente (Örnebring & Jönsson, 2004).

Donde, é precipitado tirar conclusões acerca dos efeitos da tabloidização na democracia. Certo, assegura Skovsgaard (2014) no estudo comparativo que fez entre as práticas profissionais e respetivos valores partilhados pelos jornalistas dos média tablóide e os de referência, é que os primeiros relevam e enfatizam muito mais os aspetos sensacionalistas. Para dificultar ainda mais as coisas, propõe alguma prudência na classificação binária — a seu ver simplista — entre os conteúdos produzidos pelos jornais tablóide e os outros média, uma vez considerar que tudo não passa de uma questão de grau ou de intensidade informativa praticada por diferentes jornalistas e diferentes tipos de órgãos de comunicação social.

Isto mesmo, aliás, vem sendo assumido por várias outras vozes, na medida em que as distinções entre média popular e de referência são cada vez mais escorregadias e ténues, em consequência de uma crescente espetacularização do espectro mediático e da sua predominante lógica de construção de sentido que se aproxima do ideário do entretenimento e de toda a gramática dos universos digitais, onde atualmente as audiências passam o seu tempo e onde toda a economia da atenção é arduamente disputada. Acresce, ainda, a circunstância nada desprecienda de os discursos (políticos em primeira instância, mas não exclusivamente) virem a insistir em modelos simplistas de pensamento, daí emergindo apetecíveis *soundbites* que, dada a radicalização que por vezes assumem, fazem as delícias do espaço mediático. E se neste

sentido se torna difícil apurar as diferenças entre o que é popular e o que é populista (Cunha et al, 2022), o mesmo diremos relativamente ao respetivo tratamento jornalístico e às frágeis e incipientes fronteiras que durante anos diferenciaram os média de referência dos populares. Esta evidência está bem presente no estudo que Cunha et al (2022) realizaram sobre a campanha para eleições presidenciais portuguesas de 2021, onde se conclui que, “do ponto de vista da noticiabilidade, foram valorizadas as manifestações, os insultos e a agressividade, aspetos amplamente mediatizados, com valor de *infotainment* e potencial para atrair audiências” (p. 193).

A questão não é inteiramente nova, mas provavelmente nunca se colocou com tanta acuidade ou, dito de outra maneira, nunca foi tão visível a intenção de chegar e prender a atenção das audiências, a qualquer preço. A relação entre o que se intui ser o apelo ou apelos das audiências e a sua satisfação consubstanciada através das opções informativas, nomeadamente, corporizada na dimensão performativa dos respetivos conteúdos noticiosos, que tendem a resvalar para um certo sensacionalismo, há muito que se vem impondo como tema de análise e debate. Embora com o foco no noticiário televisivo, Kleemans & Vettehen (2009) consideram que o tema está longe de ser pacífico e de estar esgotado, não obstante essa tendência clara para a sujeição da oferta face à potencial procura. Em entrevista ao jornal *Público*¹, em novembro de 2016, Dominique Wolton, nome incontornável no estudo dos média e do espaço público, acentuaria igualmente essa tendência crescente, afirmando que “o jornalismo trocou a grandeza da oferta pela tirania da procura”. Daí a necessidade de se proceder a um maior esclarecimento dos dilemas que o problema coloca, através de investigações centradas nos efeitos de características sensacionalistas sobre o processamento da informação e os apelos das audiências. Ter uma informação consistente sobre tais aspetos revelar-se-á de extrema importância para os jornalistas que “desejam atrair e manter a atenção da audiência e, ao mesmo tempo, realizar uma informação correta e apropriada” (Kleemans & Vettehen, 2009, p. 240).

1. Entrevista integral a Dominique Wolton, publicada em 1/11/2016: <https://www.publico.pt/2016/11/01/culturaipilon/noticia/o-jornalismo-trocou-a-grandeza-da-oferta-pela-tirania-da-procura-1749526>

Indústria com matéria-prima gratuita

Como é fácil entender, é a relação entre jornalismo e mercado que está em causa — e também isso não é exatamente uma novidade. Se aceitarmos que “a empresa jornalística — como sustenta Mário Mesquita — é o lugar onde se articulam estratégias de mercado e orientações editoriais” (Mesquita, 1999, p. 46), tal significa que as lógicas do lucro e da rentabilidade não lhe são estranhas, independentemente do respetivo perfil editorial. Raciocínio que, levado às últimas consequências, conduziria à ideia de que perante um contexto de crescente competitividade e de rarefação dos recursos publicitários e comerciais, antigas traves-mestras do modelo de negócio dos média — setor que Pickard (2020, p.10) entende que “sempre esteve em crise” —, estes tendem a homogeneizar procedimentos e opções, tornando-os tendencialmente idênticos e menos afoitos e atreitos a arriscar na diferença. Inclusive no capítulo da Opinião. Ao invés do passado, onde se buscava o exclusivo de um colunista, hoje assiste-se ao fenómeno de um certo latifúndio opinativo, com o mesmo *opinion maker* a ocupar vários terrenos mediáticos, nos quais pratica o cultivo intensivo das mesmas ideias. Até nisto a diversidade sai infelizmente empobrecida.

Estávamos, no entanto, a falar sobre práticas jornalísticas. Que fique claro: é salutar que qualquer jornalista deseje que o seu trabalho tenha o maior impacto e visibilidade possíveis. Já não é salutar que ele — e a respetiva cadeia editorial — use, na perseguição desses objetivos, de meios e estratégias estranhas aos valores da profissão. Alguém aceitaria que um médico (mas o mesmo se aplica a um engenheiro, um arquiteto ou um advogado) trocasse as suas decisões baseadas em critérios clínicos e científicos, por princípios predominantemente comerciais? Se tal acontecesse, os jornalistas cair-lhe-iam por certo em cima e de forma implacável, denunciando essa perigosa e inqualificável derrapagem ético-profissional. Perguntar-se-á, então: por que motivo o mesmo critério de avaliação e leitura de práticas profissionais não deve aplicar-se ao jornalismo? Que razões tão ponderosas e fugidias podem justificar, no momento de decidir, a prevalência por opções e escolhas que pertencem a lógicas alheias aos princípios do jornalismo? Como podem

os jornalistas reiteradamente argumentar com o interesse público da sua profissão, se depois trocam os critérios essenciais em que ela assenta por opções e justificações que lhe são manifestamente estranhas?

Na clássica distinção proposta por Bourdieu, os defensores do pólo comercial do jornalismo estribam o seu modo de atuar nos resultados objetivos das audiências. Tudo se reduz ao sucesso dos números e eles tudo justificam. Num sistema jurídico-constitucional onde o único direito absoluto é o direito à vida, como sucede em Portugal, os média partidários do pólo comercial consideram que à sombra do “direito à informação” podem atropelar sem escrúpulos todos os demais direitos. Por isso consideram normal e regular, entre outros comportamentos erráticos, transmitir gravações de um interrogatório judicial a um cidadão, no caso ex-primeiro ministro².

Mais uma vez a ideia de transparência apenas é exigida aos outros, uma vez que os jornalistas se autoproclamam, em causa própria, defensores do interesse público e, sob esse pretexto que amiúde é apenas uma insustentada autojustificação, entendem que nem sequer têm de explicitar como foi obtida a gravação que exibem, além de acharem que têm todo o direito de expor o referido cidadão e a situação de clara inferioridade em que ele se encontrava, quando praticamente nada do que foi dito acrescentou algo ao essencial da informação que já se possuía. Exemplos desta natureza são inúmeros, em que o objetivo — ou pelo menos o resultado — é transformar um hipotético acontecimento informativo num momento de puro espetáculo. Percebe-se porquê: “The show must go on” porque é imperioso manter a cadeia alimentar dos incansáveis canais de notícias durante as 24 horas.

Os defensores do pólo comercial, como é ainda sabido, olham para os média (e o jornalismo, sua parte integrante) como um negócio que faz parte de uma indústria e que, nessa medida, devem ser geridos enquanto tal. A ser verdade e admitindo, nessa linha de argumentação, que se trata de um negócio como qualquer outro, seria bom refletir então acerca das especificidades dessa indústria, onde o essencial da matéria-prima informativa (entrevistas,

2. Em abril de 2018, a SIC mostrou vídeos de interrogatórios feitos a José Sócrates.

acesso às fontes e aos acontecimentos) ao contrário do que sucede com as matérias-primas de qualquer outra empresa ou setor industrial, não têm qualquer custo, além de que a sua prática e exercício têm proteção constitucional. “Você não pode pagar por informação que o público tem o direito de saber”, sustenta Seymour Hersh (2019, p. 151), vencedor de um Pulitzer pela investigação sobre o massacre de My Lai³, ao considerar inaceitável que os média negociem qualquer tipo de pagamento para convencer alguém a dar uma entrevista. Que outros negócios ou indústrias usufruem de tal atenção e distinção jurídico-constitucional e do privilégio de trabalhar com matéria-prima gratuita?

É fundamental, no entanto, não confundir essa sua especificidade orgânica, digamos assim, que constitui o essencial do seu estatuto e papel social, com os modelos de organização e técnicas de produção. Nestes casos, podemos dizer que o jornalismo é também “arte industrial” (Shudson, 1997 p. 91), no sentido em que as suas diferentes técnicas, nas quais se inclui a pirâmide invertida, se inserem num processo de produção industrial que visa não apenas satisfazer as necessidades e expectativas dos públicos, mas também — e sobretudo — responder de forma massiva, através de conteúdos homogêneos, portanto numa lógica de organização industrial. A informação é, assim, tratada como uma mercadoria produzida em massa, segundo lógicas de produção industrial, nas quais se inclui, evidentemente, o princípio do custo-benefício para melhor avaliação da respetiva rendibilidade. De resto, até a forma de organização de algumas redações por turnos remete para o velho arquétipo introduzido pelas fábricas.

3. A 16 de março de 1968 uma brigada comandada pelo tenente William Calley assassinou centenas de civis sul-vietnamitas, a maioria mulheres e crianças. Seymour Hersh (1937-) então jornalista freelancer, levou a cabo uma apurada investigação que culminou com a publicação de cinco reportagens sobre o massacre e a atribuição do Pulitzer de Reportagem Internacional, em 1970. Grandes e influentes média, como as revistas *Life* e *Look*, recusaram publicar a investigação de Hersh, o que o levou a dizer que ficou “devastado e assustado com o nível de autocensura que encontrava na minha profissão” (2018, p. 139). Mesmo depois de publicadas as primeiras reportagens, revistas como a *Time* e *Newsweek* ignoraram o assunto e só num segundo momento *NYT* e *WP* lhe deram alguma atenção. As reportagens foram publicadas (e vendidas por 100 dólares cada aos jornais que as adquiriram) por uma jovem agência de notícias fundada em 1968 — *Dispatch News Service* — especialmente vocacionada para trabalhos de fundo sobre a guerra do Vietname.

Contudo, é o direito à informação e o dever de informar, que fazem do jornalismo, como Camus se antecipou em afirmar, uma profissão diferente — “a mais bela do mundo”, como chegou a defender, no início da década de 1950, na revista *Caliban*, então dirigida pelo seu amigo e admirador, Jean Daniel, que mais tarde fundaria *Le Nouvel Observateur*. E era precisamente porque tinha um entendimento de enorme honra e dignidade sobre o papel e função dos jornalistas que se irritava profundamente quando eles contribuía para “o rebaixamento do jornalismo”, como sublinha Jean Daniel (2009, p. 39), em obra onde reflete sobre o percurso (jornalístico e também como cidadão ativo e resistente) de Camus.

Tal “rebaixamento” expressava-se, na sua visão, sempre que o jornalismo se afastava da sua nobre missão de informar com verdade, a qual implicava o devido e necessário enquadramento acerca do que se noticiava, como ele defendia no editorial de 8 de setembro de 1944, no jornal que dirigia — *Combat* — mas, sobretudo, na subserviência a toda a forma de poder, em especial ao poder do dinheiro.

Apologista *avant la lettre*, do pólo intelectual dos média, por oposição ao pólo comercial segundo a axiologia de Bourdieu, Camus verberava sem a menor tibieza aquele jornalismo que vivia preocupado com

a obsessão de agradar a qualquer preço, a mutilação da verdade sob um pretexto comercial ou ideológico; a lisonja dos piores instintos, o “furo” sensacionalista, a vulgaridade tipográfica; numa palavra: o desprezo por aqueles a quem nos dirigimos. Trata-se, em suma, do processo daqueles que reduzem os meios de informação a um simples empreendimento comercial submetido à lei capitalista da oferta e da procura ou a um instrumento de poder submetido à regra totalitária da propaganda (Daniel, 2009, p. 57).

Para quem já criticava essa tendência, então emergente, apostada em “querer informar depressa, em vez de informar bem” (2001, Camus, p. 31), com prejuízo evidente para a verdade, o que diria hoje da informação submetida ao “totalitarismo do instantâneo”, como diz Alain Minc, referindo-se à

televisão, onde “a cada instante, em cada situação” é necessário “captar os desejos da opinião e inclinar-se perante eles” (1995, p. 139). Ou, de forma ainda mais ácida, afirmar como Vargas Llosa, para quem

as notícias passam a ser importantes ou secundárias sobretudo, e às vezes exclusivamente, não tanto pelo seu significado económico, político, cultural e social e mais pelo seu carácter original, surpreendente, insólito, escandaloso e espetacular. Por iniciativa própria o jornalismo dos nossos dias, seguindo o mandato cultural imperante, procura entreter e divertir informando, com o resultado inevitável de fomentar, graças a essa subtil deformação dos seus objetivos tradicionais, uma imprensa também *light*, leve, amena, superficial e que entretém, a qual, nos casos extremos, se não tiver à mão informações desta índole para relatar, ela própria as fabrica (Llosa, 2012, p. 50-51).

A crescente supremacia da informação “soft” havia sido já alertada por Thomas Patterson (2003) no início deste século, quando discorria sobre as tendências do jornalismo contemporâneo, embora Umberto Eco, em *Os cinco escritos morais*, originalmente publicado em 1997, no capítulo intitulado “Sobre a imprensa” (pp. 55-88), já denunciasse essa derrapagem para a frivolidade. Em dois momentos separados por sete anos, o sociólogo e filósofo francês Gilles Lipovetsky considera que o “«valor espírito» de que falava Valéry está ameaçado pela corrida às audiências e por uma cultura do ecrã que substitui a reflexão pela emoção, o espírito crítico pela animação-espetáculo”(2012, p. 84), num mundo “que presta culto ao mercado, ao dinheiro, à eficácia” (2019, p. 20). Esta ideia de que habitamos o “reinado da sedução soberana” (p. 310) caracterizada pelo infoentretenimento e pelo entretenimento da própria política, conduz, em seu entender, a “um esbatimento das fronteiras” e a uma “espetacularização da esfera pública” (2019, p. 312).

Subjacente a esta ideia de espetáculo que por sua vez tem implícita a intenção de atender aos gostos e expectativas das audiências a quem importa agradar, emerge uma curiosa convergência “entre a visão neoliberal do político solúvel no mercado e o modo de abordagem consumista do jornalismo de comunicação em relação aos seus públicos” (Neveu, 2005, p. 121).

Tudo é mercadoria e tudo é mensurável nesse capitalismo da sedução de que fala Lipovetsky e no qual à política e sua comunicação (incluindo no processo as narrativas das marcas globais e respetivo marketing), nada escapa, de acordo com o que ele classifica como “os imperativos da audiência e do espetáculo” (2019, p. 307). O jornalismo, inserido em enormes conglomerados de interesses vários, vive os dilemas da sua circunstância, onde diariamente lhe lembram o ciclo infernal de crise que enfrenta e a necessidade, como estratégia de captação de públicos e de recuperação económica, de aproximar a sua estética e respetivas opções editoriais, do entretenimento e da lógica das redes sociais.

O valor de mercado da informação

Há muita responsabilidade própria neste processo de despersonalização. Em 1994, o jornalista Paul Amar, moderador do debate político televisivo na *France2* entre Bernard Tapie e Jean-Marie Le Pen, durante a campanha para as eleições europeias, inicia a sessão a tirar de um grande saco plástico dois pares de luvas vermelhas de boxe e respetivos capacetes (ao mesmo tempo que publicita a gentileza da empresa de artigos desportivos pela oferta) que coloca junto a cada um dos participantes, ambos visivelmente surpreendidos e desconfortáveis com o que assistiam.

O confronto de ideias e de posições era, assim, antecipadamente encenado e superlativizado com a presença de objetos que construía toda uma cenografia própria de um combate violento, como forma de emprestar ao debate uma esperada (e desejada?) agressividade. Assim se impõe, artificialmente e por via da metáfora do boxe, a ritualização do combate e da radicalização entre candidatos, ao mesmo tempo que os valores-notícia do debate se centram no gesto do moderador e no respetivo canal televisivo, enquanto espaço cénico do confronto, e menos na qualidade e intensidade dos argumentos trocados.

Atitudes desta natureza podem ser entendidas como uma forma de os média minarem a democracia, como considera James Fallows (1996), no sentido

em que apresentam a vida política como um mero espetáculo, ignorando que ela é uma atividade vital na e para a vida dos cidadãos. Gestos como o de Paul Amar dificilmente seriam transponíveis e replicáveis para um debate entre gestores de empresas concorrentes ou para uma discussão televisiva entre CEOs rivais. A vida política revela-se, assim, um alvo infelizmente demasiado frágil e permissivo a performances que pouco contribuem para a sua dignificação por parte do campo jornalístico, que trata boa parte dos protagonistas políticos como personagens mediáticas de entretenimento. E os espaços de entretenimento, por seu lado, espremem o filão até à última gota, sabendo que da parte dos atores políticos existe esse forte e inexplicável desejo de se mostrarem publicamente como vulgar homem ou mulher da rua, como antigamente se dizia, através de um bem encenado exercício de maquiagem comunicacional. Não admira, assim, que o cidadão comum aumente a sua descrença e desconfiança nos políticos, ao mesmo tempo que confia reforçadamente nos dirigentes empresariais (como ilustramos no capítulo 1 da Parte 3), em consonância, aliás, com os ventos neoliberais que sopram (Livovesty, 2019) e que influenciam as atuais narrativas e cenografias mediáticas.

Outro dos sinais exteriores de entretenimento que os atuais espaços informativos nos dão é o comentário político. Particularmente evidentes nos canais de notícias, que têm de manter-se vivos e ativos ao longo das 24 horas, ele entretém-nos com os mais diversos tipos de previsões — sobre eleições, durabilidade de um governo, emergência de uma crise, etc, etc, etc — onde a dimensão informativa está ausente e por isso os raciocínios navegam ao ritmo das remadas dos mais variados palpites, como se tudo não passasse de um mero concurso televisivo do género de “Quem quer ser milionário”.

A futilidade de tamanho esforço que se compraz em solilóquios de adivinhação corresponde ao grau zero da informação, apesar do entusiasmo mediático que suscita por parte dos seus autores e intervenientes. Não raras vezes assistimos até a verdadeiras competições entre jornalistas, comentadores e empresas de média a ver quem adivinha mais, sem que sintam ou enfrentem os riscos do erro e as suas consequências. Esta diversão inútil,

como lhe chamou Fallows (1996), transformou-se numa sub-especialidade dos média dedicados aos assuntos da política, em que se revela mais fácil e barato ocupar o tempo à volta de uma mesa a descartar palpites, do que produzir informação original e relevante.

Nada disto é verdadeiramente novo. Há umas boas duas décadas Margaret Carlson, da revista *Time* e convidada regular do programa televisivo, “The capital gang”, afirmava em entrevista ao *Washington Post* que quanto menos se souber acerca do que se comenta, tanto melhor. E tendo a sua participação no referido programa como referência, explicava que as televisões querem é alguém como ela, que possa parecer especialista, mas que no fundo se limita a dizer uma série de generalidades da maneira mais simples. O seu confesso desconhecimento sobre os temas de que falava, fazia com que se considerasse a comentadora perfeita.

O raciocínio simplista alimentado pela frase tocante ou bem humorada, consoante as ocasiões, empresta a esses momentos uma dimensão de espetáculo e de entretenimento que eles genuinamente desejam ser, mesmo que travestidos de informação. Um antigo diretor-executivo do *Washington Post*, Leonard Downie Jr., manifestou em diversas declarações públicas as maiores reservas para com tais atuações. Dizia ele, comentando esses comportamentos, que os jornalistas televisivos acabam por perder o significado da profissão, em especial quando acham que podem opinar sobre tudo e dizer a primeira coisa que lhes ocorre, sem se darem ao trabalho e esforço de pensar mais e melhor.

Charles P. Scott, que dirigiu o *The Guardian* (à época ainda sob a designação de *Manchester Guardian*) ao longo de mais de 50 anos e que é autor do conhecido aforismo, “o comentário é livre, mas os factos são sagrados”, nunca esqueceu que os média são um negócio; porém, preferia sublinhar, referindo-se ao seu jornal e à credibilidade pela qual tinha de lutar diariamente, que ele é, sobretudo, uma instituição que influencia a vida das comunidades e que pode afetar o seu destino. É disto, em síntese, que o jornalismo não pode nem deve afastar-se: da sua responsabilidade ética, do

contrato social que tem para com os seus públicos, do seu compromisso com a informação completa — e não apenas verdadeira — fazendo da sua prática um ato de sublime compromisso com o interesse público.

Alan Rusbridger, que foi diretor do mesmo *The Guardian* entre 1995-2015, considera na sua penúltima obra (*The breaking news: the remaking of journalism and why it matters now*) que as palavras de Charles P. Scott são impensáveis hoje, nos lábios de um proprietário dos média. Daniel Innerarity, que observa o fenómeno de fora está a ler o subtexto da afirmação de Rusbridger: “o verdadeiro interessa muito pouco aos meios de comunicação: muito menos que, por exemplo, o novo, o conflitual, as quantidades, o local, o escandaloso ou o atual” (2010, p. 88).

Como diria o poeta e pintor Romântico William Blake é preciso romper com os *grilhões da razão mecânica*, o que equivale a afirmar que o jornalismo tem de reivindicar de novo a dimensão revolucionária que já teve, enquanto ator que lutou contra preconceitos, perseguições, limitações — e grilhões — para se cumprir a si próprio como entidade, cujo destino e razão de ser não cabe nem termina nos objetivos tangíveis de um mero negócio ou indústria de entretenimento. Essa é, digamos, a sua utopia, num cenário em que o jornalismo enfrenta, porventura, os seus momentos mais difíceis enquanto narrativa das sociedades democráticas — também estas a viverem dias tumultuosos e complicados.

Longe de estarmos diante de um epifenómeno, aquilo que temos pela frente é todo um conjunto de pontas soltas cada vez mais agudizadas no âmbito de um capitalismo que há muito perdeu a sua antiga noção de “humanizado” como alguns espíritos o definiram, por verem nele uma força reformista. A crise geral do sistema com todos os seus problemas de ordem social e desigualdades implica um jornalismo ainda mais interpelador e exigente, o que parece uma impossibilidade atendendo às fragilidades que vêm sendo apontadas ao setor. Um relatório da autoria de Ramus Nielsen e Meera Selva publicado pelo *Reuters Institute*, em janeiro de 2019, apontava, precisamente, para o atual paradoxo de o jornalismo ser hoje mais importante e necessário, não obstante se apresentar mais frágil.

Entendida, por outro lado, como uma área de negócio especializada em notícias, importa averiguar qual o valor de mercado da informação. Já sabemos e vimos que os conteúdos jornalísticos têm perdido o seu valor de troca na competição com as mais variadas formas de entretenimento e *infotainment*. Contudo, essa crise do valor de troca

implica uma crise do valor de uso da notícia, porque há um crescimento exponencial — potencializado pela “sociedade em rede” — da miséria ideológica. A mercadoria jornalística entendida como esteio de transformações de consciência e formação de cidadãos para um capitalismo em ascensão não corresponde mais às necessidades de consumo de uma multidão estranhada que é suporte de um capital em crise” (Souza, 2018, p. 65).

Se a informação vem perdendo valor de mercado fruto da depreciação do capital noticioso, importa discutir se do ponto de vista social e das políticas públicas é indiferente a aceitação passiva e despreocupada de uma eventual banca rota do setor, ou se deverão ser aplicadas medidas concretas de apoio com vista à sua sustentabilidade, à semelhança, aliás, do que se sucede com outras atividades comerciais e industriais.

Victor Pickard (2020), na sua obra *Democracy without journalism?*, parte justamente desta pergunta, se é possível uma democracia sem jornalismo, para apontar para a possibilidade de criação de um novo sistema público de mídia. Em seu entender, a generalidade das opções e modelos comerciais de negócio dos média são insustentáveis e a sua autonomia e independência, um mito. Donde, é preciso, diante de problemas inteiramente novos, colocar a hipótese de soluções igualmente novas. No pressuposto, sublinhe-se, de que a informação jornalística de qualidade e independente é uma das infraestruturas em que assenta uma sociedade democrática. Resta saber até que ponto estarão os jornalistas e as suas estruturas representativas disponíveis para colocarem o assunto na primeira página das suas agendas e levarem o debate até às últimas consequências.

4. OS MEDIADORES DA IMPARCIALIDADE PERDIDA

Impressão digital
*Os meus olhos são uns olhos.
E é com esses olhos uns
que eu vejo no mundo escolhos
onde outros, com outros olhos,
Não vêem escolhos nenhuns.*
António Gedeão

É um dos *leads* marcantes da história do jornalismo, aquele que em novembro de 1938 Martha Gellhorn, que cobria a guerra civil espanhola para a *Collier's Weekly*, escreveu:

In Barcelona, it was perfect bombing weather. The cafes along the Ramblas were crowded. There was nothing much to drink: a sweet fizzy poison called orangeade and a horrible liquid supposed to be sherry. There was, of course, nothing to eat. Everyone was out, enjoying the cold afternoon sunlight¹.

Ao longo dos 60 anos que cobriu guerras e conflitos armados nos quatro cantos do mundo, a jornalista norte-americana nascida em St. Louis prestou sempre mais atenção às vítimas e aos seus sofrimentos, que às opiniões dos generais e das fontes oficiais. Disse ter

1. “Em Barcelona, a atmosfera estava propícia a bombardeamentos. Os cafés ao longo das Ramblas encontravam-se apinhados. Não havia muito para beber: um doce veneno gaseificado chamado laranjada e um líquido horrível a fingir de xerez. Não havia, claro, nada para comer. Toda a gente estava na rua, a desfrutar da fresca luz do sol da tarde”. Anos depois, ao acompanhar as tropas que libertaram o campo de concentração de Dachau, Gellhorn, escreveu nova reportagem marcante, que começa assim: “Behind the wire and the electric fence, the skeletons sat in the sun and scratched themselves for lice. They have no age and no faces; they all look alike and like nothing you will ever see if you are lucky”.

escrito “muito depressa, como tinha de ser”, porque “tinha medo de me esquecer do som, do cheiro, das palavras, dos gestos exatos que eram especiais num dado momento e num dado local” (2007, p. 424).

Sobressaem na atitude de Gellhorn dois aspetos essenciais: a sua opção sobre as pessoas acerca das quais queria escrever e fixar atentamente o olhar, e a obsessão pelo rigor do que pretendia dizer e transmitir. Num conflito como fora dele, a jornalista tinha a noção de que as pessoas não estavam em igualdade de circunstâncias nem dispunham de idênticos meios. Ao contrário da Lei, que abstratamente considera todos os cidadãos iguais perante si, o jornalismo tem um entendimento diverso: do ponto de vista noticioso há cidadãos mais importantes que outros. Acresce, ainda, que a proximidade e a identificação cultural e ideológica dos jornalistas e os meios disponíveis para lidar com as situações e protagonistas que constituem a matéria do seu trabalho, influenciam e determinam os seus modos de ver e o foco como a informação é dada, na linha do que Bourdieu (1998) explicita quando se refere aos óculos e às lentes que cada um usa para observar e construir narrativamente aquilo que eles mesmos selecionam.

O mundo acompanha atualmente a guerra na Ucrânia, país que como se sabe foi invadido e atacado pela Rússia. É natural e compreensível que os média ocidentais — centremo-nos nesses — estejam contra o agressor; porém, quando os EUA invadiram o Iraque (após a cimeira de má memória nos Açores, de 16 de março de 2003²), estiveram incondicionalmente do lado do invasor. Tudo depende, portanto, da identidade de quem agride e da tal proximidade e identificação ideológica e cultural antes referida. O mesmo, aliás, se verificou quando em meados de fevereiro de 2023 os EUA abateram o que a Casa Branca classificou como “balões chineses de espionagem” e os média imediatamente assumiram essa versão sem a mínima hesitação e confirmação, uma vez que a fonte era Washington. Todavia, mais de uma semana após a destruição do primeiro balão, o próprio presidente Biden já

2. Muitos anos depois vários responsáveis políticos, entre eles um dos mais entusiastas da invasão, Tony Blair, aceitaram ter-se equivocado nessa decisão. O então primeiro ministro português e anfitrião do encontro, Durão Barroso, demorou 17 anos a admitir o erro.

afirmava que não tinham sido ainda descobertas ligações ao Governo chinês. Este posicionamento dos média, especialmente evidente em situações de guerra³ e em momentos de grande tensão política, como os que se vivem atualmente — e marcaram todo o período da Guerra Fria — releva ainda mais a pertinência do debate em torno das questões da identificação ideológica⁴ e da proximidade cultural, com inevitáveis consequências no plano da (im)parcialidade noticiosa que, por sua vez, colabora na delimitação das fronteiras das posições em causa:

Ter um inimigo é importante, não apenas para definir a nossa identidade, mas também para arranjar-mos um obstáculo em relação ao qual seja medido o nosso sistema de valores, e para mostrar, no afrontá-lo, o nosso valor. Portanto, quando o inimigo não existe, há que construí-lo (Eco, 2022, p. 12).

Os média são, nesse sentido, instrumentos de inimizades e por consequência “veículos de ideologias”, pedindo aqui emprestada a expressão com que Lage (2001, p. 103) se referia ao papel dos jornais, e com cuja posição geral de princípio nos identificamos. De resto, quando nos referimos ao longo deste capítulo às posições ideológicas ou ao alinhamento ideológico, estamos a considerar o conceito de ideologia no seu sentido mais amplo e literal — ou

3. As questões de índole militar e de geopolítica, por si só, seriam merecedoras de uma obra à parte, dada a diversidade e sensibilidade de problemas que suscitam, no âmbito das práticas jornalísticas. O “embedded journalism”, tão cirurgicamente praticado na Guerra do Golfo, que a pretexto da segurança dos jornalistas, serviu para melhor os condicionar, já antes tinha sido posto em prática, em 1982, pelo Governo de Margareth Thatcher, quando da guerra das Malvinas. Na ocasião, foram selecionados 28 jornalistas, a maioria sem experiência em zonas de conflito, a quem foi imposto, pelo Ministério da Defesa britânico, que nada do que escrevessem poderia ser enviado sem a respetiva aprovação militar. Um estudo apresentado pelo tenente-coronel William Cultice, em 1990, à Air University, no Alabama, intitulado, “Thatcher government censorship of british news media in the Falkland Islands campaign: a model for future United States military employments?” constitui um documento que, apesar dos anos, vale a pena ler. Nele se traçam sumariamente vários momentos históricos do relacionamento entre os média e as forças armadas norte-americanas em contextos de guerra, tendo por finalidade perceber que práticas o país poderia aplicar no futuro, a partir da experiência britânica nas Malvinas. Tópicos como a desinformação, a propaganda e a opinião pública são inevitavelmente analisados, tendo por pano de fundo uma das ideias-chave do referido estudo: “apesar de várias áreas problemáticas, as políticas de censura do governo Thatcher durante a campanha das ilhas Malvinas serviram a preceito os interesses do Reino Unido” (p. 58). Em 25 fevereiro de 2002, Julian Barnes, em extenso artigo publicado no *The Guardian*, no qual revisita a cobertura desse conflito, escreve que foi “a guerra com a pior cobertura jornalística desde a Crimeia”: <https://www.theguardian.com/media/2002/feb/25/broadcasting.falklands>

4. Preso preventivamente há mais de um ano na Polónia, suspeito de espionagem ao serviço da Rússia, embora sem provas que sustentem qualquer acusação, o jornalista Pablo González, do jornal digital espanhol Público, tem sido praticamente esquecido quer pelos média ocidentais, quer pelos diversos órgãos de poder político, numa atitude de estranho silenciamento e abandono.

no sentido “fraco” do termo, na visão que Norberto Bobbio propõe no seu *Dicionário da Política* — ou seja, como sistema de ideias e valores que configura uma determinada visão do mundo e que orienta a pessoa ou um grupo para uma ação (social, política) concreta. A sobre-exposição pela ação de certos valores e princípios em detrimento de outros definirá, por sua vez, o posicionamento político-ideológico de cada ator — singular ou coletivo — no contexto da sua atividade e realização concreta.

Fragmentos da realidade

Os média são ao mesmo tempo espaços de opinião e de informação. Mesmo aceitando e concordando que se trata de territórios editoriais distintos e com responsabilidades igualmente diferenciadas, alguém ousará pensar que o sentido das opiniões dominantes publicadas é oposto ou divergente dos posicionamentos políticos e ideológicos desses mesmos meios?

Em Portugal são raros os casos em que os média assumem com total clareza e frontalidade o seu posicionamento ideológico ou outro. A regra é escudarem-se atrás de expressões como “independente de quaisquer forças políticas e económicas”, e afirmarem o óbvio: “somos rigorosos”.⁵ Duas evidentes exceções, sem ter em conta os média regionais, são o *Observador* e a *Rádio Renascença*, cujos estatutos editoriais, com mais ou menos sutileza, não mitigam os seus posicionamentos. Estes correspondem à sua livre expressão de pensamento, o qual manifestam de forma clara e frontal, sinalizando dessa maneira os princípios doutrinários com base nos quais atuam. À primeira vista, resulta mais relevante, para esses média, serem transparentes quanto aos respetivos posicionamentos, que assumirem a ambição de serem imparciais. Dir-se-á que a questão não é de hoje — e não

5. Alguns exemplos: “O *Expresso* é um jornal com convicções, mas independente de todos os poderes”; o “*Público* é um jornal diário de grande informação, orientado por critérios de rigor e criatividade editorial, sem qualquer dependência de ordem ideológica, política e económica”; a “*TVI* não se subordina a quaisquer poderes políticos, económicos, sociais, religiosos ou outros.”; a “*SIC Notícias* é um serviço de programas, de âmbito nacional, cujo principal objeto é a difusão de uma programação de qualidade e rigor informativo, independente do poder político ou económico e de qualquer doutrina ou ideologia”; o “*Observador* não perfilha qualquer programa político, mas tem um olhar sobre o país e sobre o mundo” (...) e “vê com ceticismo as utopias dirigistas e prefere as mudanças graduais, suscetíveis de teste e de correção”.

nos referimos ao chamado jornalismo de opinião e claramente militante. Em *Uma breve história do jornalismo no ocidente*, Jorge Pedro Sousa⁶ sublinha, por exemplo, que o jornal britânico *The Times*, “apesar de independente, tomou a seu cargo o papel de representante das classes médias e superiores conservadoras”, tornando-se, assim, sem qualquer hesitação, num veículo “comprometido e envolvido” (2008, p. 106) com os seus públicos-alvo. Dessa forma, o jornal foi pioneiro na adoção de “um modelo que ainda hoje é mais ou menos seguido pela imprensa britânica: jornais independentes mas ideologicamente alinhados, que não hesitam, por exemplo, em aconselhar os seus leitores a votarem num determinado partido” (Sousa, 2008, p. 106).

O objetivo deste capítulo visa, justamente, discutir a imparcialidade enquanto prática jornalística, pondo em causa a sua exequibilidade e rigorosa aplicação, no quadro operativo de uma profissão permanentemente sujeita a juízos, escolhas e opções de toda a ordem, num ecossistema mediático dominado pela lógica do instante. Tanta pressa e ansiedade informativa acabam, evidentemente, por valorizar o imediatismo do que se comunica, subvalorizando a natureza e o rigor do que importa verdadeiramente informar; daqui resulta uma perspetiva fragmentária do acontecido que parece contentar-se, nesse afã informacional, com uma visão parcial, porque incompleta, da realidade. Acresce ainda, que a própria seleção dos temas sobre os quais se fala e as vozes que constituem a escuta jornalística não são escolhas inocentes, mas determinadas por opções concretas e cuja visibilidade vai organizar e construir o conhecimento dos cidadãos sobre o mundo. Donde, qualquer pensamento ou reflexão sobre as práticas jornalísticas tem de estar alerta para as marcas textuais que enformam o respetivo trabalho, o que implica discutir também o lado da escuta e da visibilidade — aspetos que referimos no capítulo 1 — como forma de prevenir a indesejável reprodução de estereótipos.

6. O texto em causa integra a obra, igualmente organizada por Jorge P. Sousa, intitulada: *Jornalismo, história, teoria e metodologia. Perspetivas Luso-Brasileiras*, publicada pelas Edições Universidade Fernando Pessoa. A versão consultada (que corresponde ao texto original) e cujo link partilhamos, é a que se encontra depositada na Biblioteca On-Line da UBI.

Alguém disse um dia, aliás, que o mundo é uma coleção de pontos de vista parciais. O escritor uruguaio Eduardo Galeano conta num dos seus livros — *Ser como ellos y otros artículos* — a fábula dos três cegos e do elefante, com que sua avó o encantava, e que faz sentido recordar aqui. Eis a versão resumida: um dos cegos apalpou o rabo do elefante e disse que se tratava de uma corda; o segundo cego acariciou uma das patas do elefante e vaticinou que se tratava de uma coluna. O terceiro apoiou a mão no corpo do elefante e afirmou que era uma parede. A fábula, explica Galeano, mostra que nos treinam para não ver senão fragmentos da realidade — “no ver más que pedacitos” (Galeano, 2015, p. 5).

Do ponto de vista concetual, como veremos mais adiante, ser imparcial em jornalismo é ir além dos tais fragmentos da realidade, é conseguir superar a volátil aparência da espuma dos dias, buscar o quadro mais completo e compreensível do que acontece e pô-lo em perspectiva: ir além e ver mais que os meros *pedacitos* da estória de Galeano, não se fiar no que os olhos parecem ver, como no Mito da Caverna, em Platão, e procurar ver com o pensamento. É assim que entendemos a ação jornalística na qual intervêm diversos mecanismos de ordem subjetiva que determinam o modo como se vê, interpreta e constrói textualmente um acontecimento. Como nós, também Abramo situa a questão da impossível imparcialidade — chega a afirmar que ela é indesejável — não enquanto ato isolado consubstanciado numa mera narrativa noticiosa, mas focando-se no posicionamento editorial e ideológico dos média:

O órgão de comunicação não apenas pode mas deve orientar seus leitores/espetadores, a sociedade, na formação da opinião, na tomada de posição e na ação concreta enquanto seres humanos e cidadãos. É esse, exatamente, o campo do juízo de valor, do artigo de fundo, da opinião, do comentário, do artigo, do editorial (Abramo, 2016, pp. 54-55).

A ser assim, é improvável admitir que a informação predominante, independentemente da sua diversidade de olhares e opções, saia da rota editorial superiormente definida e vigiada, uma vez que é difícil imaginar,

por inexistência de exemplos vivos, a coexistência de uma dissensão entre a interpretação do mundo e dos seus múltiplos e constantes fenómenos aos quais os espaços de opinião dedicam o melhor da sua racionalidade, e a escolha e sinalização dos factos e acontecimentos por parte dos territórios da informação que vão depois servir de alimento aos opinadores.

Muitos jornalistas dirão, nesta altura, que jamais se sentiram condicionados e limitados interiormente na sua liberdade, observação que se aceita sem qualquer reserva, uma vez que está implícito no nosso raciocínio a ideia da adesão voluntária e incondicional de jornalistas às políticas editoriais dos média para os quais trabalham e com as quais se identificam plenamente. Nestes casos, não são questionados os modelos dominantes de organização empresarial e, muito menos, os princípios do liberalismo económico, cujos valores, aliás, esses jornalistas defendem aberta e explicitamente. Tal adesão traduz-se num compromisso para com os valores editoriais em causa, o que releva, desde logo, que tenhamos em conta duas ideias nucleares: 1) a existência de um ponto de vista, que corresponde ao modo como o jornalista vê o mundo, determina a sua perceção e compreensão da matéria informativa; 2) é preferível e até mais honesto e transparente assumir que se tem um ponto de vista, em vez de se afirmar que não se possui nenhum.

Neste caso, a assunção clara da existência de uma perspectiva e conhecimento apriorístico visa contrariar o ponto de vista epistemológico, segundo o qual o jornalista seria uma *tabula rasa* disponível a acolher acriticamente o que lhe era dado observar. No ponto 1 prevalece a ideia de que o jornalista interpreta a realidade e trabalha sobre ela, com base nos seus quadros culturais e ideológicos. Estes aspetos comportam, ainda, o foco que o jornalista ou a respetiva editoria decidem dar a cada acontecimento:

Pode-se narrar uma procissão do ângulo da contrição dos fiéis, ou com destaque aos problemas de trânsito que causa, ou ainda à contradição entre suas propostas e a realidade contemporânea. No primeiro caso, estaremos, possivelmente, redigindo um texto de fundo religioso; no segundo, de intenções agnóstico-mecanicistas; no terceiro, de intenções críticas e materialistas (Lage, 2001, p.19).

Seja no caso desta hipotética procissão, seja naquela situação em que uma empresa despede (palavra estranhamente desaparecida das notícias e substituída por “reestruturação”) um número apreciável de trabalhadores (hoje usa-se mais chamá-los de “colaboradores”), pode olhar-se para esses factos de duas maneiras distintas: 1) exaltar a decisão empresarial da reestruturação e o seu impacto positivo na dimensão económica da respetiva organização; 2) enfatizar a dimensão social da perda de trabalho e as conseqüentes dificuldades que os trabalhadores despedidos e respetivos núcleos familiares vão enfrentar.

As duas opções estão ancoradas em dados concretos, objetiváveis, verdadeiros. O que as distingue é o modo como cada jornalista olha para essa realidade, para esse fragmento de mundo e, em função da sua perspetiva e interpretação dos vários elementos em presença, vai privilegiar um ponto de vista em detrimento de outro. Enquanto construção narrativa, o mesmo acontecimento e os mesmos factos, isto é, a realidade material, assumem evidências distintas e diversas, consoante a subjetividade do jornalista.

As “virtudes do ceticismo”

Historicamente, como é sabido, o jornalismo situa e justifica o seu papel no ideal iluminista do esclarecimento dos cidadãos. Mesmo assim, importa recordar que a noção iluminista de informação, ao contrário do que hoje sucede, não era linearmente entendida como produto, ou seja, valor de mercado, não obstante as notícias e as *gazetas* já visarem satisfazer determinadas necessidades e finalidades comerciais. Em todo o caso, o que se pretende evidenciar com esta ressalva é tão só recuperar o exemplo dos enciclopedistas franceses, cuja prática e objetivo de esclarecimento iluminista não se esgotava no gesto e na tarefa simples de transmitir um dado conteúdo, mas “no modo de promover as virtudes do ceticismo e da investigação da verdade” (Umbelino, 2019, p. 173), características, afinal, que devem constar das boas práticas jornalísticas.

Importa, por isso, ter em conta em que tipo de esclarecimento(s) o jornalismo fundamenta o seu ideário iluminista, uma vez que essa categoria coletiva a que se dirige agregada sob a designação de “cidadãos” está longe de corresponder a um corpo homogéneo isento de conflitos: toda a estratificação sócioeconómica potencia a presença de interesses litigantes. Mesmo em democracia — *et pour cause* — está patente a noção de conflitualidade que marca esse “reino do excesso”, como Jacques Rancière (2014, p.17) se refere a certa altura à intensidade da vida nos regimes democráticos. Isto é, a livre expressão do conflito e a possibilidade de o poder livremente vivenciar e expressar no espaço público mediatizado, potenciam a sua capacidade de afirmação, em vez de o despojar das suas vestes argumentativas e de silenciar os interesses opostos que se manifestam através dele.

A informação jornalística vive no interior desse complexo cadinho social de conflitualidades que compõem a realidade diversa que ela observa e apreende, com a finalidade de no quadro das condições dominantes de produção em que se insere, cumprir aquilo a que se propõe. Tal como Moretzsohn (2007) defende na sua luminosa obra, *Pensando contra os fatos*, a posição que aqui propomos é a de que o jornalismo só faz sentido e justifica a sua existência quando contraria a naturalização dos factos, porque eles “não são o que parecem” (2007, p. 26) e, sobretudo, como realça Terzani (2015), um dos jornalistas europeus mais relevantes da segunda metade do século XX, porque “a verdade não estava nos factos, estava por detrás do que os factos ocultavam (p. 123).

É preciso questionar, com efeito, a velha frase atribuída a Aristóteles, segundo a qual “contra factos não há argumentos”, hoje usada fora do contexto em que ela terá sido produzida, na medida em que, jornalisticamente falando, é crucial ter presente as dimensões ontológica e epistemológica: o que existe e o que se conhece dos factos. Adelmo Genro Filho, no seu principal trabalho — *O segredo da pirâmide (para uma teoria marxista do jornalismo)* — onde se propõe fornecer elementos para a construção de uma teoria do jornalismo, coloca, justamente, a epistemologia no centro da ação jornalística, uma vez considerar que ela é o elemento nuclear no processo de

apreensão da realidade. Sem ela, em seu entender, é impossível ao jornalista compreender e estabelecer os necessários nexos causais entre os dados (factos) e informações obtidas e, sobre esse volume de informação, ser capaz de criticamente ler e decodificar os seus aspetos essenciais. Está subjacente a este pensamento de Adelmo a sua noção de jornalismo como forma social de conhecimento, no sentido em que se o jornalista não percebe a complexidade dos dados e factos que trata, é incapaz de os ler criticamente, o que significa que na ausência dessa epistemologia — o que se conhece dos factos — estão abertas as portas para o jornalista absorver essa dada realidade como esponja, em vez de a olhar com o necessário e prudente distanciamento crítico.

É importante, ainda, ter em conta que para Adelmo Genro Filho o jornalismo lida, em primeira instância, com fenómenos e não com factos. Isto porque ele considera que as dinâmicas humanas e sociais por serem dinâmicas, são transitórias e, nessa medida, produzem e revelam-se segundo fenómenos de ordem cultural, física ou mesmo social. E nesse mundo em transitoriedade e do qual o jornalista dá conta no seu trabalho, é importante perceber em que ponto esse mesmo jornalista se posiciona, inclusive do ponto de vista ético.

Tal atitude releva a responsabilidade social do jornalismo, na medida em que não significa que se desconsiderem ou ignorem os factos na sua objetividade⁷, mas que se procure indagar e perceber porque é que tais factos aparecem sob uma determinada forma e linguagem. O jornalismo enquanto leitor do tempo presente tem de saber incorporar essa capacidade de indagação e sentido crítico diante dos factos, uma vez que a sua tarefa não pode reduzir-se nem confundir-se com a mera burocracia de quem faz, acriticamente, uma simples ata de um acontecimento. Este, por sua vez, além da evidente impossibilidade de poder ser apresentado fora do artefacto textual que lhe vai dar vida e expressão, surge aos olhos do público segun-

7. A noção de objetividade é aqui entendida como a “realidade que aparece aos sentidos e à qual a percepção atribui uma natureza real” (Georges Thinès & Agnés Lempereur [Orgs.], *Dicionário Geral das Ciências Humanas*, 1989, p. 647. Lisboa: Edições 70).

do uma encenação gráfica e sequência temporal, consoante os meios que o noticiam, cuja materialidade composta de imagens e palavras é posta em relação e conexão com outros acontecimentos que, no seu conjunto, formam um todo que constitui uma interpretação da realidade.

O poder da linguagem

Sem prejuízo do rigor que tem de estar sempre presente, é preciso não perder de vista, ainda, que a escrita jornalística, ao classificar hierarquicamente os factos, ou seja, relevando o mais importante em detrimento do menos fundamental, consubstancia um processo de interpretação que é intrínseco ao exercício da profissão. Percebe-se porquê: os factos puros e simples não existem — eles são sempre interpretados, independentemente de os considerarmos no contexto em que se inserem ou separando-os, como Schutz, em *El problema de la realidad social*, originalmente publicado em 1962⁸, há muito defendia. Não sendo possível apresentar os factos crus, o jornalista trabalha com proposições (Sponholz, 2009), ou seja, aquilo que o texto jornalístico oferece não é a realidade em si — os tais factos que se impõem por si e dispensam argumentos — mas elementos que visam conferir credibilidade à notícia.

Embora num contexto diverso, já Kant tinha de certa forma antecipado essa conceção, ao defender em *A Crítica da razão pura*, publicada pela primeira vez em 1781, que as pessoas entendem o mundo mediante um determinado filtro, que é a mente humana, através do qual se percebe o mundo. Para Kant, era impossível ao homem aceder à realidade, isto é, ter uma imagem total e completa de como são as coisas. Daí os conceitos de mundo *noménico* e de mundo *fenoménico* que, sintetizando, propõem, respetivamente, a forma de distinguir a realidade sobre a qual nada poderíamos saber diretamente e que se situa para além das aparências daquela a que podemos aceder através dos nossos sentidos. Portanto, segundo o mesmo filósofo alemão, tudo o que está ao nosso alcance e podemos fazer é reconhecer que

8. A edição consultada e referenciada é de 2003.

usamos um filtro — que corresponde aos óculos de Bourdieu, anteriormente referidos — e que este influencia, afeta e tingem aquilo que experienciamos (Kant, 1989).

Na linha de raciocínio que temos estado a desenvolver, aquilo a que chamamos realidade é, pois, impossível de transportar em estado puro para o interior das notícias. Ou seja, os factos, aquilo que se observa, escuta, apreende ou recolhe são sempre objeto de uma interpretação. Mais ainda quando esta se inscreve no processo de análise e seleção de matérias no âmbito da ação jornalística, quase sempre pouco linear:

Certamente que há um «grão de verdade» na ideia de que a notícia não deve emitir juízos de valor explícitos, na medida em que isso contraria a natureza da informação jornalística tal como se configurou moderadamente. Mas é igualmente pacífico que esse juízo vai inevitavelmente embutido na própria forma de apreensão, hierarquização e seleção dos factos, bem como na constituição da linguagem (seja ela escrita, oral ou visual) e no relacionamento espacial e temporal dos fenómenos através de sua difusão (Filho, 1987, p. 33).

O grau de complexidade que envolve todo o processo de produção informativa é, de resto, bem ilustrado por Nelson Traquina quando, no âmbito de uma teoria etnoconstrucionista das notícias, recorre ao pensamento de Robert Hackett:

Diversos fatores estruturam as notícias, incluindo os critérios de noticiabilidade, as características tecnológicas de cada meio noticioso, a logística da produção jornalística, retraimentos orçamentais, inibições legais, a disponibilidade da informação das fontes, a necessidade de contar histórias, de modo inteligível e interessante, a um determinado público, a necessidade de empacotar a notícia de um modo que seja compatível com o imperativo comercial de vender audiências aos anunciantes, e as formas de aparência dos acontecimentos sociais e políticos (Hackett, 1993, *apud* Traquina, 2000, p. 23)

Como se vê, é vasta e diversa a panóplia de procedimentos e juízos que atuam e interferem nas práticas jornalísticas. Paralelamente, no quadro da escrita jornalística, é necessária a construção de uma narrativa que dê vida e forma aos acontecimentos, a essa realidade fenoménica. Daí que o poder dos média, de acordo com Pissarra Esteves (2005), “não pode ser considerado em qualquer circunstância como exclusivo, ou sequer como uma prioridade a nível das estruturas de comunicação e sentidos públicos. Esse lugar é da linguagem — na qual os próprios média se fundam” (p.35).

Ao atribuir à linguagem o (verdadeiro) poder dos média, isto é, naquilo que dizem e na palavra das vozes que mais a eles acedem e através deles assumem especial protagonismo e visibilidade, Pissarra Esteves não apenas recentra o debate em torno da importância vital do papel desempenhado pelo discurso e pela palavra, como reforça o entendimento que Traquina (1993; 2002) expressa sobre este mesmo ponto, quando afirma que

As notícias acontecem na conjunção de acontecimentos e textos. Enquanto o acontecimento cria a notícia, a notícia cria o acontecimento. O primeiro poder dos jornalistas é a decisão última de poder optar pelo que é notícia, sabendo que a notícia dá existência pública ao acontecimento ou à problemática (1993, p. 168; 2002, p. 127).

Ao situarmos a ideia de linguagem como poder — em parceria com o poder de decisão dos jornalistas, como bem assinala Traquina — pretendemos fazer sobressair a importância decisiva que ela tem, não apenas enquanto elemento e instrumento de uma certa enunciação discursiva e, por extensão, na construção de um certo sentido, mas também como ela, em função do lugar que o seu autor ocupa na escala económica, política, cultural ou social, é apropriada e assumida através das narrativas mediáticas, designadamente as jornalísticas. Este aspeto é tanto mais relevante quanto é sabido que o texto jornalístico, no momento da sua concretude, é realizado no quadro de “um mundo já falante” a que se refere Merleau-Ponty (1991, p.45), o que significa que pré-existe a esse instante criador da notícia, toda uma diversidade de valores e códigos que impelem a que se confira mais atenção

— e que esta seja predominantemente percebida de uma determinada forma — e se atribua mais importância a um acontecimento ou ator social em detrimento de outros.

O poder das fontes jornalísticas mais influentes e mais bem organizadas, assim como as declarações e *soundbites* dos atores sociais com maior capacidade de penetração nas lógicas de produção dos média são, por isso mesmo, determinantes nos processos de construção de sentido das narrativas jornalísticas. Basta reparar no modo como a expressão “geringonça”⁹, da autoria de Vasco Pulido Valente, mas que Paulo Portas recuperou para a sua última intervenção no Parlamento, como vice-primeiro ministro e líder do CDS-PP, foi depois apropriada e assimilada pelos média, seus jornalistas e comentaristas. Lá está: para o jornalismo, os cidadãos não são todos iguais.

Leituras ideológicas da realidade

John Rendon, dono de uma das mais influentes empresas de comunicação norte-americanas que trabalha regularmente para governos de vários países e para a Casa Branca, afirma com frequência que a sua principal arma “é um dicionário de sinónimos. A chave para mudar a opinião pública — sustenta — é encontrar formas diferentes de dizer a mesma coisa”¹⁰ (Pariser, 2017, p. 144). O jornalismo político e económico está cheio de exemplos dessa natureza.

Existem, portanto, no discurso jornalístico e nas suas interações com as fontes — e a escolha destas já é uma opção —, visões e entendimentos do mundo que estão subjacentes ao que é dito, ao que é ouvido e depois publicado. Neste sentido, um texto jornalístico corresponde sempre a uma opção, na medida em que reflete as escolhas interpessoais do respetivo autor e o

9. O termo foi cunhado por Vasco Pulido Valente, na sua crónica de 31 de agosto de 2015, no jornal *Público*, para satirizar o entendimento governativo entre PS, BE e PCP.

10. Uma das tentativas na mudança de linguagem para desfocar a situação grave de falta de professores nas escolas foi protagonizada em conferência de imprensa pelo ministro da Educação, João Costa, em setembro de 2022, quando disse que “não há alunos sem professores”, mas sim “horários sem professores atribuídos”.

modo como ele representa o mundo e o Outro¹¹. Tais escolhas “posicionam o produtor textual [neste caso o jornalista] em relação ao conteúdo proposicional, em termos de uma representação social e cognitiva particular da realidade” (Pedro, 1997, p. 294), ao mesmo tempo que refletem

estratégias ideológicas que revelam não apenas o posicionamento do autor relativamente à história real — o acontecimento específico que justifica a informação — mas, também, as estratégias que usa para posicionar, de modo particular, os seus leitores (Pedro, 1997, p. 294).

Paralelamente, como já observamos em capítulo anterior, há que atender igualmente ao que podendo estar no conteúdo noticioso não está. As ausências (e silenciamentos) têm também um significado preciso que importa avaliar e ter em devida conta, como sublinha a este respeito Teun van Dijk (2005), para quem muitas vezes a análise do não dito é mais reveladora do que aquilo que está expresso textualmente. O mesmo investigador insiste também na dimensão ideológica da produção jornalística, ao sustentar que

Os tópicos ou padrões de citações nos relatos das notícias podem refletir os modos de acesso dos vários atores das notícias ou das fontes aos média, enquanto que o conteúdo e a forma de um título num jornal diário podem influenciar subtilmente a interpretação e assim os efeitos persuasivos dos relatos noticiosos entre os leitores (Dijk, 2005, p. 74).

De facto, até quando as notícias são exatas elas não deixam de criar sentimentos contraditórios. Dois exemplos: “Portugal é o 15.º país que mais vacina por 100 habitantes” (revista *Sábado* de 23/01/2021); e “Portugal entre os países mais atrasados da UE na primeira dose da vacina” (*Lusa/DN* e *Lusa/Público*, 1/02/2021). As duas notícias estão corretas, mas o modo como são escritas e a informação é selecionada induz a leituras e perceções bem diversas sobre a realidade do processo de vacinação.

11. Um exemplo evidente é o facto de o diretor executivo do SNS ser designado em alguns média como “CEO do SNS”, dando ao cargo uma dimensão empresarial, não obstante estarmos em presença de um serviço público, onde a classificação de “CEO” não existe.

O título da primeira notícia, menos interpretativo e mais factual, oferece uma perspectiva positiva e tranquilizadora, ao passo que a segunda, ao apresentar Portugal na cauda da vacinação, tem subjacente a ideia de crítica ao governo e ao ministério da Saúde por essa aparente má performance do país. Estes dois modos distintos de olhar e ver a mesma realidade, interpretando-a e tratando-a jornalisticamente de formas diferentes, consubstanciam posicionamentos igualmente diversos. Mesmo assim, o “facto íntegro”, como diria Lage (2001, p.20), entendido como mera descrição do acontecido e depurado de qualquer adjetivação, corresponderá sempre a uma desejável visão e impressão subjetiva do jornalista. A negação desta possibilidade, embora ancorada na realidade material e “no poder de convencimento dos próprios factos” (Lage, 2001, p.20), significaria a presença indesejável de uma verdade unívoca (própria de regimes autoritários) que depressa resvalaria para uma versão oficial dos factos, e a impossível diversidade de perspectivas que só a interpretação viabiliza. A presença desse “poder de convencimento dos factos” no texto informativo impede a sua derrapagem para quaisquer práticas de manipulação ou invenção, embora permita ao jornalista, diante dessa realidade material, avaliar subjetivamente quais os aspetos e dados que em seu entender devem ser relevados e porquê.

Por outro lado, a forma quase automática e acrítica com que se utilizam as palavras na construção narrativa dos acontecimentos conduz a uma incompleta e imprecisa percepção destes. O jornalista e investigador valenciano Pascual Serrano tem escrito muito acerca deste tema e, em uma das suas obras — *Desinformación: cómo los medios ocultan el mundo* — dá vários exemplos de como o deficiente e displicente manejo da linguagem, oculta o núcleo essencial do que se noticia:

Podemos encontrar expressões como “os combates deflagraram na região”, como se isso fosse um processo da Física, sem nenhuma origem nem motivo; “morreram quatro pessoas nos distúrbios”, mas não morreram, alguém as matou em determinadas circunstâncias que importará explicar. São expressões habituais do tipo “nossa economia está

em crise” ou “a fome aumenta”, mas não se explica que alguém ou algo provocou essa crise e alguma razão haverá para que haja pessoas que não tenham que comer (Serrano, 2009, p. 55)

Se a estes exemplos juntarmos o abuso com que a designação “terrorista”¹² é usada pelos média, em consonância com as acusações que líderes políticos primeiramente assumem para caracterizar certas organizações e atos, facilmente se conclui que o poder de uso da palavra e do sentido que esta exprime constitui um poderoso alicerce na apreensão da realidade. Esta ideia está bem evidente na última visita que o então primeiro-ministro espanhol, José María Aznar fez aos EUA, nos primeiros anos deste século, quando, num encontro que teve com editores do *Washington Post*, lhes pediu que passassem a classificar a ETA como movimento terrorista, em vez de separatista. Do ponto de vista da apreensão pública do fenómeno, este, embora se mantivesse inalterado, poderia ver transformada a sua designação e, com ela, a respetiva qualificação e categorização do conflito, caso a pretensão de Aznar tivesse sido acolhida.

As palavras têm uma dimensão estratégica incomensurável e aquilo que (não) dizem e deixam intuir na narrativa jornalística — que é ideológica, insistimos neste ponto — acabam por ir criando um efeito de cimento na opinião pública. Quando se diz que os EUA “são o garante do cumprimento das regras internacionais”, como escreve Pascual Serrano (2009, p. 57), citando uma notícia do *El País*, ou se afirma num *lead* que Strauss-Kahn, quando foi designado diretor do FMI, “é um socialista moderno”, o jornalismo está a catalogar formas de apreensão da realidade e a estabelecer parâmetros de atuação, segundo uma determinada grelha de pensamento que, no essencial, corresponde a uma forma de reprodução da ideologia dominante por intermédio das palavras que se utilizam, na linha de como Althusser entendia a reprodução ideológica das relações sociais.

12. Chomsky e Angel Rekalde são dois autores que amiúde afloram o tema, embora o investigador basco, que cumpriu 20 anos de cadeia pela sua militância na ETA, centre a sua atenção nas questões dos nacionalismos (“violentos”, segundo alguns média). A sua tese de doutoramento, que deu origem a um livro publicado em Portugal, analisa a cobertura do nacionalismo basco pelo diário *El País: O novo jornalismo fardado*, em co-autoria com Rui Pereira, 2003, Campo das Letras.

Tais frases aparentemente apenas informativas têm implícita uma opinião e visão concreta de mundo. Como é também o caso da notícia que a generalidade dos média portugueses publicou em meados de outubro de 2022, em que dava conta de que a “Adidas dispensa cerca de 300 colaboradores na Maia, devido a mudanças na estrutura organizacional da empresa”. Resumindo: estamos perante um despedimento coletivo, mas como esta expressão, apesar de rigorosa e verdadeira, faz parte do léxico sindical, a quase totalidade dos média, com base na notícia da agência Lusa, optou pela linguagem empresarial, que em vez de despedir, dispensa colaboradores. Sublinhe-se, ainda, o detalhe de a quase totalidade dos média não ter ouvido qualquer trabalhador despedido ou um representante sindical. Por outro lado, perante uma qualquer greve, a curiosidade jornalística, em regra, corre a ouvir as reclamações dos lesados, descurando saber e dar a conhecer as razões e contornos da ação grevista.

Esta leitura ideológica — ou outra, inclusive de sentido contrário — produzida pela mediação jornalística num contexto em que os indivíduos, ao invés do passado, já não fazem parte da mesma singularidade fenoménica do real, deve suscitar alguma reflexão. Desde logo, para clarificar procedimentos e metodologias, com desejável repercussão na qualidade e transparência da informação a produzir e a veicular, e em cujo processo, como iremos ver, a dimensão subjetiva do jornalista nunca deixará de estar presente. Porque as palavras, como muito bem observa Innerarity, a propósito da política, “não são apenas palavras, mas sim tomadas de posição” (2016, p. 130). O que torna ainda mais necessária a explicitação ou clarificação dos interesses em causa, uma vez que as relações entre os diversos atores e as narrativas mediáticas daí resultantes correspondem a leituras ideológicas da realidade.

Uma “ética da fantasia”?

Há muito, aliás, que Paul Ricoeur, em *História e verdade*, referindo-se à atitude do historiador perante a realidade que analisa, apontava para a existência de uma subjetividade do investigador adequada à objetividade que observa, na medida em que é impossível olhar e pretender tratar um

acontecimento sem sobre ele se exercer um determinado julgamento ou apreciação. Podemos transpor esse princípio de atuação para o jornalismo? Mário Mesquita (2002),¹³ num texto imprescindível a esta discussão — “Em louvor da santa objectividade” — considera que sim, desde que a subjetividade jornalística esteja implicada com a ideia de objetividade.

Este respeito pela desejável realidade palpável dos factos e a sua conciliação com a dimensão subjetiva da ação jornalística através de um exercício disciplinado de rigor e ética não mitiga, no entanto, “os limites à objetividade inerentes às dependências, aos ritmos e aos processos da produção jornalística, sujeitos a poderosos constrangimentos relacionados com o tempo e o espaço” (Mesquita, 2002).

As limitações e constrangimentos à objetividade que Mário Mesquita aponta nesse seu texto produzido e apresentado pela primeira vez em 1996, a par das transformações entretanto ocorridas no espaço mediático e, consequentemente, no jornalismo, repositionam o debate já não apenas em torno da validade das noções epistemológicas e operativas de subjetividade e objetividade, mas, sobretudo, acerca da imparcialidade.

Acresce, ainda, que os factos não existem abstratamente. Eles estão ligados a uma dimensão histórico-social determinada, o que desde logo retira a possibilidade de os podermos considerar puramente objetivos, porquanto, como lembra Adelmo Genro Filho, há que relevar a dimensão ontológica dos factos sociais que têm existência própria, antes ainda de serem transformados em matéria informativa:

Há um componente subjetivo inevitável na composição mesma do facto, por mais elementar que ele seja. Assim, o julgamento ético, a postura ideológica, a interpretação e a opinião formam um discurso que se

13. Originalmente publicado no nº1 da revista *JJ-Jornalismo e Jornalistas*, de janeiro-março de 2000, o artigo citado foi primeiramente (1996) apresentado numa palestra organizada pela Câmara de Cascais e pelo Clube de Jornalistas. O Sindicato dos Jornalistas publicaria igualmente o artigo no seu site, a partir de onde o consultamos e por isso a data de publicação referenciada.

agrega aos fenómenos somente depois da percepção, mas são sua pré-condição, o pressuposto mesmo da sua existência como facto social (Filho, 1987, p. 38).

À informação jornalística não lhe basta apenas ser exata e verdadeira. De resto, desde meados do século passado, a partir da publicação do famoso relatório da Comissão Hutchins, em 1947, em que se postulava que “não basta relatar os factos com verdade, é necessário dizer a verdade sobre os factos”, que os conceitos de enquadramento e contextualização assumiram um papel de primeira grandeza. Muito antes, já a Sociedade Americana de Editores de Jornais, formada em 1923, adotara um código de ética na sua primeira convenção que incluía o cumprimento de vários objetivos, como Sinceridade, Verdade, Exatidão e Imparcialidade.

A generalidade dos códigos deontológicos e normas internas dos principais média contempla alguns desses valores, designadamente as ideias de rigor, exatidão e verdade. Em alguns constata-se também a preocupação com a imparcialidade, embora no plano operativo esta surja com demasiada frequência diluída na objetividade:

[Imparcialidade] deve ser distinguida do equilíbrio (atribuição de espaço igual a pontos de vista opostos) e da objetividade (a qual significa o esforço que os jornalistas geralmente fazem para excluir os seus julgamentos subjectivos). A imparcialidade não envolve mais do que a tentativa de considerar diferentes ideias, opiniões, interesses ou indivíduos com despreendimento (Cox, 2007, *apud* Sambrook, 2012, p. 5).

Do ponto de vista ético, a imparcialidade — que a generalidade dos dicionários, incluindo o *Oxford Dictionary*, encara como sinónimo de neutralidade e como sendo uma característica de quem não toma partido numa situação — implica, portanto, que o jornalista deve atender e considerar os interesses de todas as partes referidas por ele ou cuja referência jornalística afete ou tenha impacto na esfera individual e de ação do ator (individual ou coletivo) em causa.

Em *Silence des médias*, a jornalista e ensaísta canadense, Colette Beauchamp, não deixa também de aflorar o tema e, não obstante o olhar bastante crítico que deita sobre a informação que classifica de apressada e simplista feita segundo a lógica dos *vídeo clips*, considera que a noção de imparcialidade, enquanto ideia de neutralidade, é um mito conveniente para justificar uma abordagem jornalística que reduz cada assunto a um confronto. No fundo, está a referir-se, como outras vozes também fazem, àquele jornalismo preguiçoso que Kovach e Rosenstiel qualificam como “declarativo”, isto é, que se alimenta da mera busca de mais uma reação, em cujo processo o jornalista “é mais um recetor que um coletor de informação” (2004, p. 79). Seymour Hersh, no seu livro de memórias, diz o mesmo por outras palavras, ao defender que a missão do jornalista não deve limitar-se ao registo da discordância. Esta preocupação constante em reduzir a sua responsabilidade e trabalho à escuta de opiniões opostas, faz do jornalismo de declaração, como igualmente se lhe refere Sponholz (2009), o *cálice sagrado* de uma prática profissional, que ignora que as opiniões e declarações transportam amiudadas vezes juízos de valor.

Nenhum destes aspetos se distingue, no plano operativo, das noções de objetividade, postulada por Tuchman (1972) e de imparcialidade, à luz do pensamento de Sambrook (2012). De resto, a ideia de imparcialidade surge quase sempre ligada ao objetivo de equilíbrio — alguns autores referem equidade — o que acaba por se revelar manifestamente insatisfatório, além de que a obsessão em atribuir pesos iguais às partes em causa não garante a presença de um juízo imparcial e, como Kovach & Rosenstiel sustentam, “não reflete verdadeiramente a realidade” (2004, p. 81).

Acresce, ainda, que essa ideia de equilíbrio, no pressuposto de que basta ao jornalista apresentar ou dar voz aos interesses em disputa, para que o público retire daí as suas conclusões, leva a que as pessoas possam, indistintamente, considerar verdadeiro o que é falso e vice-versa. O que, no limite, conduziria à conclusão de que uma perspetiva é tão boa e defensável quanto a outra.

Em, “Repensar o equilíbrio e a imparcialidade no jornalismo”, um grupo de investigadores que analisou o trabalho da *BBC*, em 2007 e 2012, acabou por concluir que

O paradigma da imparcialidade como equilíbrio significa que apenas uma gama restrita de opiniões e vozes é ouvida sobre os temas mais contenciosos e questões importantes. Além disso, resulta em reportagens que se concentram em conflitos político-partidários, em detrimento de um jornalismo que proporcione o necessário contexto” (Wahl-jorgense *et al*, 2017, p. 795).

Como se vê, este estudo reconfirma, no essencial, os dados de uma pesquisa apresentada nos finais da década de 70 do século passado sobre a presença das fontes nas notícias, da autoria de Herbert Gans, onde se concluía que as pessoas e instituições mais importantes e influentes eram as mais ouvidas e citadas. Daí para cá pouco se alterou, a avaliar pela observação feita a esse respeito por Wahl-jorgense *et al* (2017). Assim se percebe a importância que atribuem nas suas reflexões à presença da diversidade de vozes e de perspectivas no texto informativo, à luz do entendimento que fazem acerca da imparcialidade. Idealmente — considera o mesmo grupo de investigadores — os jornalistas devem proporcionar uma ampla gama de pontos de vista e de opiniões sobre o tópico que estão a desenvolver.

Significa, portanto, que os jornalistas desempenham um papel ativo na construção da narrativa, uma vez que procuram refletir no seu trabalho a diversidade do(s) público(s) que representam, ao mesmo tempo que tentam “alimentar um clima coletivo de formação racional de opinião” (Hendy, 2013 *apud* Wahl-jorgense *et al*, 2017, p. 782). Nesta linha de raciocínio, os jornalistas que pretendam ser imparciais devem ter em conta: “1) uma gama completa de pontos de vista e opiniões; 2) o peso relativo da opinião...; 3) as mudanças que ocorrem na gama e no peso da opinião ao longo do tempo”. (Hartley, 1992, *apud* Wahl-jorgense *et al*, 2017, p. 782). Esta perspectiva demonstra que uma abordagem imparcial requer um conjunto complexo de avaliações profissionais, ao mesmo tempo que mostra que as

noções de imparcialidade e de objetividade, além de serem inseparáveis, nunca se destinaram a sugerir que os jornalistas não tinham opiniões ou preconceitos próprios.

Os passos e cuidados anteriormente referidos resumem-se, contudo, a bondosos guias operativos para a ação jornalística, nos quais é evidente a preocupação com o equilíbrio informativo, mas que não resolvem nem respondem às questões centrais, que se situam, exatamente, no âmbito das avaliações e decisões profissionais. Tal significa que embora possa haver um quadro geral de atuação definido, isso não garante a sua correta e adequada concretização, tendo em vista o ambicionado objetivo da imparcialidade. Se assim for, até que ponto ela não passará de uma “ética da fantasia”, para usar a expressão de Mackie (2000) quando olha para a imparcialidade no âmbito do utilitarismo?

A imparcialidade vista ao espelho

Ser imparcial, na linha do que temos vindo a escrever, significa não ser preconceituoso para ou contra alguém em particular, ao mesmo tempo que se é justo e equilibrado na abordagem dos temas e das pessoas. O respeito por estes propósitos e atitudes encontramos-lo, de resto, nos códigos de conduta e códigos de ética dos principais média estrangeiros e, no caso português, desde a sua fundação que o *Público* também os acolhe no seu livro de estilo. A consagração formal desses princípios põe, no entanto, muitas vezes à prova os pontos de vista dos jornalistas com os seus pré-juízos e convicções acerca das matérias sobre as quais têm de se debruçar. Porém, em todas as situações, inclusive nos casos sensíveis antes referidos, o uso da imparcialidade implica que qualquer jornalista deve ir além da sua perspetiva pessoal e dos seus pré-conceitos, sob pena de não ser capaz de cobrir com a solidez e abrangência necessárias os acontecimentos que constituem naquele momento o seu caderno de encargos.

Implicará, então, a busca pela imparcialidade a presença de uma perspetiva impessoal capaz de coexistir com um “eu” e a sua visão de mundo e da

sociedade, numa espécie de alteridade virtuosa aristotélica? E até que ponto ao lado dos valores, princípios e pontos de vista que cada jornalista sempre possui, e com base nos quais orienta e hierarquiza as decisões que a cada momento é levado a fazer, será possível (e viável) inserir com igual preponderância e capacidade de influência nessas mesmas decisões, uma perspectiva outra alheia ao seu próprio pensamento? Até que ponto e em que medida a ideia e concepção de imparcialidade é exterior aos princípios e valores do tal “eu” que racionalmente orienta essa escolha? E como pode o jornalista medir a imparcialidade dessa hipotética perspectiva impessoal que ele escolhe e permite que esteja presente no seu campo de decisão? Admitindo, por outro lado, a possibilidade de uma imparcialidade da ação (jornalística), como é que esta se compagina e pode ser avaliada por uma parcialidade (na receção)? Por outras palavras, a imparcialidade jornalística pode existir independentemente de não ser percebida, percebida ou compreendida? Que espíritos imparciais podem julgar a imparcialidade? Como se vê, enfim, a imparcialidade ao espelho?

Trata-se, com efeito, de um problema de difícil solução, uma vez que tais processos se inserem no mesmo condomínio da subjetividade. Por outro lado, e como muito oportunamente também questionam a este respeito Kovach & Rosenstiel, “como se testa a imparcialidade?” (2004, p. 46). Por outras palavras, o jornalista é imparcial em relação a quem e a quê? E como podemos estar certos e seguros de que ele foi imparcial no estabelecimento e definição dessas balizas?

Perseu Abramo (2016), num ensaio marcante sobre a manipulação da informação, reflete também sobre estas questões: “imparcial contra quem, diante de uma greve, da votação de uma constituição?” (p. 54), para sinteticamente concluir que “é defensável que o jornalismo, ao contrário do que muitos preconizam, deve ser *não-neutro, não-imparcial e não-isento* diante dos factos da realidade” (2016, p. 54).

Mais: inscrevendo-se o trabalho jornalístico no âmbito de um determinado estatuto editorial, que, por sua vez, possui a liberdade de estabelecer o seu

posicionamento ideológico ou religioso, tem ou não o jornalista de respeitar essas normas internas? Podemos falar de imparcialidade, para citar dois fáceis exemplos portugueses, na *Rádio Renascença* quando trata matérias relacionadas com o aborto¹⁴ ou casamento entre pessoas do mesmo sexo? Ou no *Observador*, cujo posicionamento ideológico o leva a tomar partido e achar sempre como certas e apropriadas as opções que se inscrevem na visão liberal do mundo que ele declaradamente defende? O mesmo se dirá da generalidade dos média de Economia que, ao defenderem no plano editorial, os princípios da economia de mercado, estabelecem com isso as suas regras de orientação e visão de mundo.

Só refletindo a diversidade de opiniões em presença, de forma justa, honesta e precisa, é possível esperar oferecer uma imagem correta do que está realmente a acontecer, sobretudo quando estão em causa questões consideradas controversas (Brewer, 2018). Mais uma vez emerge a questão do equilíbrio e da diversidade de pontos de vista, assim como a necessidade de o jornalista reprimir e esconder as suas próprias opiniões. Mesmo que formalmente tal seja possível, isto é, não seja palpável no trabalho jornalístico a opinião do respetivo autor, mantém-se irresolúvel o problema acerca da intromissão e influência do seu pensamento — que apenas o próprio conhece — nas escolhas e na perspetiva como vai ser construída a matéria informativa. A qual, de resto, não pode ser exterior ao pensamento e às linhas de raciocínio que a produzem e pensaram antes (e durante) de ser escrita. David Brewer defende, ainda, no plano editorial, uma ampla liberdade de ação e de escolha por parte dos jornalistas, que devem, inclusivamente, cobrir temas que possam ofender parte da sua audiência (Brewer, 2018), propósito a todos os títulos louvável, mas cuja concretização nem sempre se encontra na esfera de decisão do repórter.

14. Em 2006, quando do referendo sobre a interrupção voluntária da gravidez, a *RR*, manifestando as suas origens doutrinárias e público-alvo emitia, por vezes, uma “Nota de Abertura” que antecedia o respetivo noticiário, na qual se exprimia contra o aborto. O respetivo estatuto editorial assume, de resto, a sua vinculação ao “Humanismo cristão” e todo o seu texto está em sintonia com a instrução pastoral, “*Communio et Progressio*”, extenso documento produzido na sequência do Concílio Vaticano II, sobre os meios de comunicação social na perspetiva cristã.

A ideia de imparcialidade é também muitas vezes entendida segundo a lógica do “espetador desinteressado”, expressão cunhada por Stuart Mill, cuja conceção contemporânea se pode aplicar ao jornalista que considera que é possível flutuar sobre o que acontece e disso simplesmente dar conta, sem estar implicado com o acontecimento que cobre ou com a notícia que constrói. Ora, à semelhança do que sucede com o distanciamento dramaturgicamente brechtiano, exige-se ao trabalho jornalístico que depure o acontecimento do que ele tem de mais óbvio, inócuo e aparentemente natural, trazendo para a boca de cena a curiosidade e o espanto. Essa apreensão da realidade, em jornalismo, implica todo um conjunto de operações de ordem crítica e interpretativa, onde a respetiva contextualização e enquadramento emprestam o necessário sentido do que se conta e informa.

Sabendo-se, por outro lado, da existência de interesses e motivações diversas que determinam e orientam, subjetivamente, a ação dos atores objeto da informação jornalística, significa que a avaliação de tais comportamentos e posições implica um juízo apriorístico, cuja estrutura racional os aprecia e julga. Só após este procedimento, que contempla valores como a noção do bem e do mal, a qual, por sua vez, não pode ser desligada da visão de mundo que o jornalista possui e do modo como ele o percebe e percebe-a, a que se juntam as suas próprias circunstâncias, como o quadro editorial, social, sócio-geográfico e organizacional em que se insere, só depois, sublinhe-se, tem lugar a construção textual que vai dar substância e sentido à informação em causa. Esta, no entanto, não pode, compreensivelmente, manifestar-se à margem nem ficar indiferente aos juízos anteriormente realizados com base nos quais a informação vai ser dada. A narrativa tem de ser consentânea com o pensamento e as ideias que a justificam e enformam. Mesmo respeitando os tradicionais procedimentos e rotinas profissionais que ambicionam dar à notícia a máxima objetividade e conferir-lhe a máxima credibilidade, na linha das propostas há muito avançadas por Gaye Tuchman (1972) e cuja operacionalidade visa aproximar tais práticas do método científico, a verdade é que sobra todo um campo de ação e de interpretação que dá ao jornalista uma apreciável margem de manobra. Esta

incorpora, ainda, a um outro nível, a capacidade de decisão dos editores, que se impõe e sobrepõe, como se sabe, ao repórter da respectiva editoria e cuja autonomia, muitas vezes, está limitada pelas orientações impostas ou subtilmente sugeridas pela sua cadeia hierárquica.

Em todo o caso, reside sempre na esfera de ação de um jornalista a decisão sobre a qualificação e valorização ou subvalorização dos acontecimentos que observa. Isto é, não são os acontecimentos que, intrinsecamente, se classificam e definem como jornalísticos e decidem acerca do seu desinteresse público ou impacto informativo; é, sim, o jornalista que decide dar a um acontecimento a respectiva relevância noticiosa e em que termos a transmite e veicula.

Potencialmente, como sustenta Pascual Serrano (2009), chegam diariamente milhares de notícias de agência e informações várias às redações dos grandes média, suscetíveis de merecer a atenção destas e, consequentemente, ser publicadas. Apenas uma parte delas, como se sabe, terá esse destino. Logo, são os tais juízos apriorísticos anteriormente apontados e a visão de mundo dos média que, no fundo, corresponde ao seu posicionamento ideológico e respetiva linha editorial, que vão determinar qual a realidade que vai ser noticiada, tornada visível, e em que termos. (Evidentemente que outros fatores, como a Agenda, influenciam também as escolhas, mas mesmo nestes casos os termos e o foco em que a informação é dada não foge ao essencial do que este capítulo trata).

Mesmo nas situações onde imperam o silêncio e a invisibilidade, isso corresponde frequentemente a opções e decisões conscientemente tomadas, logo, a não informação, nestes casos, representa a extensão de uma certa vontade — editorial e/ou empresarial — e um posicionamento informativo que está longe de ser neutro e, por extensão, imparcial. O silenciamento e a invisibilidade antes classificados como “deliberado silêncio militante” na definição de Abramo, (2016, p. 40), inserem-se no “padrão de ocultação”, cuja prática constitui, na linha do raciocínio que temos vindo a desenvolver, um ato conscientemente assumido de ausência de imparcialidade informativa.

Esta, portanto, não pode ser apenas entendida e circunscrita aos atos visíveis da informação. A decisão de não dar voz a certas correntes de pensamento ou personagens, e de não falar de determinadas situações e temas expressa, justamente, a visão de mundo que os jornalistas e respetivos média privilegiam. E quando se privilegia uma perspectiva em detrimento de outra — e as operações jornalísticas são feitas constantemente de escolhas — significa que a informação (pre)dominante está em consonância com a sua visão de mundo, secundarizando ou ignorando as restantes. A ideia de imparcialidade — ou a sua ausência — situa-se, portanto, no campo do agir jornalístico, uma vez que é da sua exclusiva competência a decisão sobre os procedimentos a tomar e as escolhas a fazer.

Contrariar a “contrafação da realidade real”

Tiziano Terzani, que passou cerca de 30 anos como correspondente da revista alemã *Der Spiegel*, na Ásia, escreve¹⁵ no seu livro autobiográfico, *O fim é o meu início*, que é muito mais honesto um jornalista assumir a sua subjetividade desde que a explique e a torne clara, do que continuar a insistir na tecla gasta da objetividade. “Além disso, porque é que eu hei de ter a pretensão de ser objetivo? Que valor tem essa objetividade?”, pergunta Terzani, sustentando que “é bom que o leitor saiba que não somos objetivos, que pensamos de uma determinada maneira” (2015, p. 119).

A vantagem desta atitude, que remete para a ideia de transparência, é permitir aclarar o posicionamento do repórter face ao que conta e, por extensão, face ao seu público, que assim fica a saber que a forma de pensar do jornalista determina a verdade da realidade que interpretou e que decidiu noticiar. Ou seja, a forma como se pensa influencia o modo como se lê e interpreta a realidade. “Porque o próprio modo como olhamos para um episódio, os detalhes que escolhemos, os cheiros que sentimos — sustenta Tiziano Terzani — fazem parte da nossa escolha pessoal que influi muitíssimo no nosso juí-

15. Em rigor, quem escreveu foi o seu filho Folco, uma vez que as 454 páginas do livro resultam de um conjunto de diálogos gravados, quando Terzani se encontrava já fisicamente muito debilitado. O objetivo desta obra, como o próprio Terzani escreveu ao desafiar o filho para esta empreitada, era deixar um “livro-testamento”.

zo de valor “(2015, p. 119). Seguindo esta linha de raciocínio diremos, como Adelmo Filho, que ao invés da generalidade dos autores que aponta a objetividade como uma limitação humana, ela é na realidade impossível mas devido à força ou potência subjetiva dos indivíduos perante o mundo real, isto é, a tal objetividade dos factos.

Terzani acredita, aliás, que a dimensão subjetiva que reivindica para o trabalho jornalístico é muito mais verdadeira — e quando usa a palavra objetividade, refere-se às dificuldades em conhecer e falar sobre a verdade de um local, de um acontecimento — do que a propalada cultura da objetividade e da imparcialidade, como antes observamos também em Gellhorn. É com essa preocupação de compreender o quadro completo do que está em causa em cada circunstância, que ele aponta para a necessidade de se “colocar os factos num contexto, senão não percebemos nada (...) contamos o que vemos ao microscópio, quando na verdade são necessários binóculos” (2015, p. 111).

Acresce, ainda, como qualquer jornalista medianamente experiente sabe, que muitas vezes a verdadeira verdade — não a da citação rigorosa das declarações das fontes ou das versões oficiais — está muito para lá dos factos visíveis. É preciso ir além das cortinas de fumo que são lançadas, deslindar essa “contrafação da realidade real” (2016, p.37), expressão que Perseu Abramo empregava quando se referia à grande imprensa brasileira que em seu entender distorcia e manipulava a informação.

Antonio Caño, diretor do *El País* entre 2014 e 2018, em livro onde passa em revista boa parte da sua trajetória como repórter, considera que “salvar o jornalismo requer em primeiro lugar recuperar o valor da verdade e a obrigação de exercer a profissão em consciência” (2022, p. 415). A sua preocupação nuclear, como repetirá várias vezes, está na busca honesta da verdade, processo que reconhece nem sempre ser fácil conseguir, num quadro comunicacional fragmentado e de crescente polarização, onde emerge, por sua vez, o que ele designa por jornalismo ativista. Posição quase idêntica é assumida por Carl Bernstein na série de entrevistas concedidas por

ocasião do lançamento do seu mais recente livro, *Chasing history: a kid in the newsroom* (2022), no qual revisita os primeiros anos como jovem jornalista. O antigo repórter do *Washington Post* não se cansou de repetir até à exaustão, que jornalismo é “obter a melhor versão possível da verdade (“the best obtainable version of the truth”), explicando que a importância desse esforço é determinante porque a verdade “não é neutra”¹⁶.

É neste pequeno detalhe que Antonio Caño não vai tão longe. As suas reflexões limitam-se a admitir que a verdade é muitas vezes escorregadia e que “existem muitas verdades em função do ângulo a partir do qual se observa a realidade”, para em seguida se contentar com uma atitude ao mesmo tempo descomprometida e superficial de que “todo o jornalista sabe, em consciência, qual é a verdade ou, pelo menos, é capaz de a distinguir quando a encontra e quando não encontra” (2022, p. 414). O que significa que o agir profissional comporta uma dimensão ética que é inalienável e, portanto, intrínseca, à prática jornalística.

Quando Daniel Cornu, na sua obra seminal — *Journalisme et vérité* — faz a defesa da verdade como responsabilidade ética, está não apenas a reivindicar a reabilitação da objetividade como método, mas a dar especial evidência ao comportamento de dois outros aspetos operativos importantes: a responsabilidade do jornalista põe em jogo a sua liberdade pessoal e profissional, assim como põe à prova as suas convicções. Daí que, sendo o jornalista responsável por veicular a verdade, os seus procedimentos e métodos não podem estar sujeitos a uma “honestidade vagamente definida” (Cornu, 1994, p. 430). Ao invés de Antonio Caño que opta por mitigar a questão das opções e leituras ideológicas, refugiando a sua argumentação na pacífica e óbvia intenção da busca da verdade e do exercício profissional em consciência, Cornu traz à colação o tema das ideologias, uma vez considerar que ele se coloca quase sempre. Recorrendo ao pensamento de Jean-Marc Ferry, para

16. Todos os canais televisivos dedicaram grande atenção a este livro e ao percurso profissional de Bernstein que, juntamente com Bob Woodward, formaram a célebre dupla de repórteres do *Washington Post* que investigou e denunciou o caso Watergate. Aqui é a estação ABC, num dos seus principais espaços informativos a entrevistar o antigo repórter do WP, onde ele assume as opiniões citadas no texto: <https://www.youtube.com/watch?v=zXqkLjOOVA>

quem a dimensão ideológica da peça jornalística se revela na tendência para absolutizar uma das suas áreas — exatidão dos factos; correção normativa; e autenticidade expressiva — em detrimento das restantes, Cornu recentra o foco da produção jornalística na aplicação rigorosa do método de trabalho assente na verificação dos dados e na sua correta descrição e na publicação apenas das informações cuja origem se conhece ou, perante esse desconhecimento, não reaar assumir de forma inequívoca as reservas necessárias.

Todos estes passos e procedimentos estão intimamente ligados à deontologia profissional e inserem-se no que geralmente se designa por boas práticas, uma vez que têm implícito o objetivo maior da veracidade informativa e do seu respetivo rigor noticioso. Dito assim tudo parece demasiado fácil e pacífico, quando comparado com os fluxos de informação que nos são continuamente servidos e os quais, com indesejável frequência, estão longe de respeitar o método de produção jornalística referido por Cornu.

A transparência como ritual estratégico

O *De Correspondent*, jornal digital holandês em língua inglesa lançado em setembro de 2013¹⁷, tinha como lema a frase “*We don’t take the view from nowhere. We tell you where we’re coming from.*” Era a ideia de transparência que movia o jornal para esta declaração pública.

Mais recentemente, em outubro de 2022, uma nova plataforma global de notícias — *Semafor*¹⁸ — afirma no texto de apresentação do projeto jornalístico, a transparência como um objetivo central do seu trabalho. A diretora executiva, Gina Chua, oriunda da *Reuters* onde desempenhava funções de chefia editorial, assume que atualmente “as notícias nem sempre oferecem honestamente pontos de vista opostos, e que elas, em regra, são feitas de

17. Por razões de ordem financeira deixou de se publicar em janeiro de 2021, não obstante o seu início auspicioso: só nos primeiros oito dias de crowdfunding angariou cerca de um milhão dos 2,5 milhões que veio a conseguir.

18. Trata-se de uma *start-up* criada por Bem Smith e Justin Smith, respetivamente, ex-colunista de assuntos de média do *New York Times* e ex-CEO da Bloomberg Media, que conseguiu captar 25 milhões de USD.

uma única perspetiva”¹⁹, cenário a que o *Semáfor* deseja fugir através da existência de espaços de discordância e da inclusão de exemplos acerca do que de melhor já foi publicado sobre o tema em causa, ao mesmo tempo que ficará sempre claro qual o ponto de vista do repórter. Objetivo declarado: ser o mais transparente possível para com os leitores.

A transparência, termo que hoje é profusamente utilizado nas relações empresariais e na ação política, pretende assumir nestes contextos um carácter de abertura e lealdade aos outros, à sociedade e aos cidadãos. A importância que muitas organizações lhe atribuem transformam-na até num mito social contemporâneo, como consideram Christensen & Cornelissen (2015), quando analisam o fenómeno e o seu uso estratégico a partir da modernidade. No fundo, ela visa incutir segurança e confiança. Trata-se, portanto, de um instrumento (estratégico) de comunicação. Aplicada ao campo da política, dir-se-á que ela é própria da democracia e, nessa medida, contribui para o reforço e fortalecimento da participação cidadã. Usada no jornalismo, acredita-se que contribua decisivamente para a sua credibilização.

Remonta ao século IV Antes de Cristo o primeiro exemplo de tentativa de imparcialidade e, sobretudo, de transparência. Em *História da guerra do Peloponeso*, Tucídides situa a sua observação e escrita em ações humanas e factos concretos, procurando ser, como um jornalista dos nossos dias, o mais factual e objetivo possível. A sua preocupação com o rigor leva-o, inclusivamente, a explicitar através de um notável e pioneiro exercício de transparência a metodologia usada no trabalho desenvolvido e até as limitações que este pode conter:

no que toca à narrativa dos acontecimentos, longe de permitir-me fundamentá-la na primeira fonte que me apareceu, fui ao ponto de duvidar das minhas próprias percepções, baseando o meu trabalho, em parte naquilo que me foi dado presenciar, e, noutra parte, nos elementos que outros recolheram para mim, mas tendo a certeza de que o rigor do

19. Declarações integrais de Gina Chua: <https://www.semafor.com/article/10/18/2022/what-is-a-semaform-anyway-and-why-should-you-care#ginas-view>

relato tinha sido garantido através das mais aturadas e pormenorizadas confirmações que era possível realizar. As minhas conclusões não foram nada fáceis, dado que nem sempre eram coincidentes com os relatos de diferentes testemunhas do mesmo evento, o que era devido, por vezes, a lapsos de memória, outras vezes por indevida parcialidade a favor de um ou outro campo (Tucídides, 2008, pp.65-66).

Diversamente dos seus antecessores, incluindo Heródoto²⁰, Tucídides evita incursões e explicações de ordem religiosa ou metafísica, uma vez considerar que os homens são donos do seu próprio destino. É nesse sentido — tão atual, dir-se-á — que ele procura perceber as causas da guerra entre Atenas e Esparta — o grande conflito geopolítico da época —, que indaga acerca das fragilidades da democracia e dá conta do uso da demagogia. À semelhança de um competente e honesto repórter contemporâneo, Tucídides busca não só o rigor e a verdade dos factos, como deseja ir além das aparências, quer tocar a essência do acontecimento. O objetivo, voltando às suas palavras, não era escrever um ensaio “para obter o aplauso do momento”, mas antes “uma obra para todo o sempre” (2008, p. 66). Como já ficou dito em capítulo anterior, a propósito da responsabilidade social do jornalista que não deve submeter-se ao lisonjeio fácil do leitor ou das audiências, enquanto “aplausos do momento”, mas fincar o seu trabalho nas exigências ingratas que ele comporta, no sentido de tornar perene o que à partida parece esgotar-se no instante noticioso, assim interpretamos a ação de Tucídides e nela detetamos inegáveis aproximações e semelhanças metodológicas e éticas que consideramos deveriam constar das práticas profissionais do repórter contemporâneo, nomeadamente ao nível da transparência narrativa.

Inspirado no conceito da objetividade como ritual estratégico definido por Tuchman (1972), o investigador sueco Michael Karlsson (2010, p. 537) propõe

20. Denominado por muitos estudiosos como o “pai da História”, Heródoto (484 A.C.-425 A.C.) recolheu imenso material durante as viagens que efetuou por África, pela Ásia e Europa, cujo manancial de dados e impressões deu origem à sua grande obra, *Histórias* (dividida em nove livros). Ela seria, de resto, fonte de inspiração e de referência para o livro de Kapuscinski, *Andanças com Heródoto*, no qual relembra vários acontecimentos políticos e históricos que testemunhou, relacionando-os e aproximando-os de muitos dos que são descritos por Heródoto. De realçar, ainda, no contexto deste capítulo, o facto de Heródoto explicitar sempre no início das suas histórias de que lado estava diante dos acontecimentos que escrevia.

a noção de transparência como ritual estratégico. Partindo das ideias de “transparência na informação” (explicitação por parte dos jornalistas acerca dos modos de seleção e produção da informação) e da “transparência participativa” (os cidadãos são convidados a participar nos diferentes momentos do processo noticioso), Karlsson discorre acerca das virtualidades desses instrumentos de trabalho, sem mitigar, todavia, as especificidades e limitações próprias de uma produção informativa sujeita às regras e exigências da indústria em que se insere. E na qual o tempo, ou seja, a rapidez noticiosa, constitui um dos aspetos centrais. Em todo o caso, aceita que se tais princípios de transparência passassem a ser praticados nos termos em que o ritual estratégico da objetividade foi interiorizado pela cultura da profissão, a prática jornalística sairia a ganhar e, com ela, a qualidade da informação produzida.

Adotar a transparência como rotina deve ser entendido, pois, na dupla dimensão de abertura e clarificação acerca da informação que se produz e como é produzida, mas também como forma de reforçar e garantir a credibilidade do que se noticia, num contexto de inegável cacofonia comunicacional. Quanto mais transparentes forem os procedimentos, mais evidentes e explícitas serão as razões das opções tomadas ao longo do processo informativo.

As experiências levadas a cabo no âmbito do *Trust Project*, cujo sistema de indicadores de credibilidade (melhores práticas; detalhes sobre o jornalista que produziu a respetiva matéria; colocação de etiquetas para explicitar e distinguir a opinião, a análise, a publicidade — conteúdo patrocinado — da reportagem; referências e clarificação acerca das fontes e suas declarações; explicitação dos métodos utilizados pelos jornalistas no desenvolvimento do trabalho; permitir que as pessoas saibam quando a matéria tem origem ou *expertise* local; uso de diversidade de vozes e perspetivas; estimular a colaboração dos públicos, incrementando formas e meios para que eles tenham também um papel participativo) já adotados por alguns média de vários países²¹,

21. Atualmente, o *Trust Project* conta com a participação de veículos como *BBC*, *The Economist*, *The Washington Post*, *El País*, *La Repubblica*, e *South China Morning Post*, entre cerca de 60 média espalhadas pelos cinco continentes. Para mais detalhes, ver <https://thetrustproject.org/>

com enfoque especial nas respectivas edições eletrônicas, representam sinais encorajadores, embora ainda pouco expressivos, na emergente corrente da transparência.

O que antes era apresentado como objetivo, porque se acreditava na respectiva autoria, pode sê-lo agora ainda mais, através da transparência, isto é, fornecendo ao leitor informações acerca dos valores que levaram o jornalista a tomar a posição que o respetivo trabalho assume (Weinberger, 2009). O que este investigador norte-americano propõe, na linha de pensamento do sueco Michael Karlsson, é a defesa da noção de transparência como superação do antigo conceito de objetividade. Nesta linha de raciocínio, a transparência fornecerá ao leitor informações com as quais ele poderá desfazer alguns dos efeitos indesejados dos preconceitos passíveis de estarem presente no texto jornalístico. Ou seja, a transparência nos processos e na partilha da informação com os públicos proporcionará, na ótica de Weinberger, uma dimensão de confiabilidade superior à que antes era reivindicada pela ideia de objetividade e que, por extensão, pode ser também vista como uma superação da ideia de imparcialidade.

No fundo, o que está em causa é a tentativa de transcender a noção convencional que confere ao jornalista o poder unilateral de decidir e apresentar uma informação como objetiva (fruto da observância formal dos procedimentos profissionais), independentemente da diversidade de entendimento, em função dos respetivos contextos culturais, que a objetividade foi tendo na Europa e nos Estados Unidos (Schudson, 2001), por um procedimento ou metodologia claramente mais aberta, partilhada e verificável.

Claro que Michael Schudson, quando se refere à objetividade, entende-a como um processo que visa separar factos de opiniões. A perspectiva de Weinberger visa depurar as eventuais derrapagens que o jornalista, apesar dos procedimentos estratégicos analisados por Tuchman (1972), corre o risco de cometer. Os dois conceitos — objetividade e transparência — não devem, assim, ser vistos como opostos, mas complementares. Caso contrário, como entender uma informação objetiva que receie a transparência?

Na verdade, ela será tanto mais objetiva e verdadeira quanto mais transparente ela for aos olhos dos respetivos públicos. Se nos lembrarmos ainda, que o jornalismo exige e luta pela máxima transparência de ação e atuação das diversas instâncias da sociedade, é difícil entender ou sequer sustentar que ele e as empresas de média estejam isentos dessa mesma responsabilidade. O inverso, objetividade sem o exercício da transparência corresponde, na visão de Weinberger (2009), a uma atitude de sobrançeria e arrogância, por parte do jornalista.

Richard Sambrook, professor de jornalismo na universidade de Cardiff e ex-diretor da divisão internacional da *BBC*, subscreve a mesma posição, considerando que ao conceito de objetividade, antes ligado à ideia de proporcionar, junto dos públicos, confiança nas notícias, deve surgir agora a ideia de transparência, no sentido em que nos diz como se chegou à informação que se veicula. Ou seja, a transparência inclui a explicitação dos meios empregues para chegar à informação que se noticia: “máxima abertura acerca das fontes, meios e interesses” (Sambrook, 2012, p. 11). Além de que o conhecimento das opiniões pessoais do jornalista contribui para o leitor perceber e discernir sobre a presença de preconceitos e ter isso em devida conta.

Sambrook (2012) alerta igualmente para as transformações no jornalismo, especialmente para as que estão relacionadas com a mudança do analógico para o digital, e em cujo ecossistema mediático as noções de imparcialidade e objetividade surgem minadas e até esvaziadas de sentido, em consequência da utilização indevida desses conceitos. Nesse sentido, aponta três princípios como forma de superação de tais insuficiências: Evidência, Diversidade e Transparência. O primeiro, que o mesmo investigador considera ser “o coração da objetividade” (2012, p. 39), está intimamente ligado à exigência de a informação estar suportada em factos, secundarizando o papel das opiniões. A Diversidade (de opiniões e pontos de vista, que quanto mais bem articulados e sustentados mais relevantes são) contribui, por seu lado, para combater a polarização social e tem implícita a vontade de ter em conta as

diferentes ideias e perspectivas em presença. A Transparência visa conferir credibilidade e suportar a ideia de verdade que deve ser evidente na respectiva informação jornalística. Para tal, o jornalista tem de tornar visíveis as fontes que usou e refere, os seus interesses e filiações e ainda os métodos utilizados no seu trabalho. Dever-se-á acrescentar ainda, à luz desta ambicionada prática profissional, a desejável transparência da respectiva empresa ou organização, ao nível da explicitação pública dos seus interesses (designadamente dos acionistas) e respetivo posicionamento político-ideológico.

Os cidadãos e a transparência

Não se conhecendo objeções à prática e ao aprofundamento da transparência enquanto dimensão ética e instrumento do trabalho jornalístico, vale a pena tentar saber de que modo os cidadãos olham para esse esforçado exercício de abertura profissional. Escrevíamos há pouco que a “transparência na informação” e a “transparência participativa” constituem, na ótica de Karlsson (2010), noções que visam proporcionar aos públicos capacidade de vigilância e de avaliação do trabalho dos jornalistas. Mais recentemente, o mesmo autor acrescentou um novo conceito — *ambient transparency* —, o qual compreende o uso de técnicas ou ferramentas que os produtores de notícias acrescentam, no quadro da informação que constroem, de modo a permitir aos destinatários avaliar e formar novos significados das estórias que constituem as notícias, através da associação de conteúdos ao contexto fornecido (Karlsson, 2020 *apud* Karlsson, 2022, p. 9). As referidas ferramentas podem ser hiperligações, utilização de vários marcadores gráficos indicando em que secção ou género a notícia é publicada, ou se é uma notícia, um anúncio regular ou publicidade nativa, ou as opiniões pessoais dos jornalistas.

A partir do pensamento do mesmo autor é possível afirmar-se, então, que a transparência deve passar de um simples conceito normativo para uma dimensão operativa, cuja prática implica o uso e aplicação de um conjunto de ferramentas no exercício do jornalismo.

Num outro estudo, em que foram analisadas, entre 2013 e 2015, as reações e percepções dos públicos na Suécia, face à transparência, Karlsson & Clerwall (2018) concluíram que os resultados obtidos podem estar um pouco desfazados do que, à partida, se poderia supor e desejar. Os autores do estudo afirmam mesmo que os inquiridos não se mostraram particularmente motivados ou interessados pela transparência, incluindo nos *focus groups* que foram constituídos no âmbito da pesquisa:

com base nos resultados deste estudo, não há um grande efeito de transparência na credibilidade, nem existem exigências urgentes por parte do público. Com isto em mente, é provavelmente demasiado otimista esperar que a transparência ajude a restaurar a credibilidade do jornalismo (Karlsson & Clerwall, 2018, p. 1930).

Os resultados obtidos indicam que há um longo caminho a percorrer. Porém, sugerem, desde logo, uma questão nuclear: a capacidade de autodeterminação e afirmação dos valores e princípios do jornalismo, independentemente das percepções das audiências, neste caso face aos processos de transparência. Este aspeto é tanto mais relevante, quanto hoje um dos maiores dilemas e obstáculos que muitas redações e empresas mediáticas colocam aos seus profissionais — sem prejuízo de muitos deles terem interiorizado e se terem deixado colonizar por ideais alheios aos da profissão — reside na submissão ao peso e força das audiências. Um dos principais combates que o jornalismo tem travado ao longo dos anos é o da credibilidade. Instrumentos como o código deontológico, livros de estilo e códigos de conduta, criação da figura do provedor do leitor, ouvinte ou telespetador, todos eles, entre muitas outras iniciativas, visam três objetivos essenciais: autorregulação da atividade, maior abertura aos respetivos públicos e garantir uma informação credível, pautada por princípios éticos e o mais transparente possível. Tais esforços têm subjacente a ideia que a credibilidade e a seriedade são a seiva que alimenta o tronco principal da informação, e que esta para ser livre tem de buscar nas suas reservas concetuais e nas práticas profissionais mais corretas e adequadas a tal capacidade de autodeterminação que a singulariza e distingue como prática social e profissional.

Da mesma forma que Karlsson & Clerwall (2018) consideram que a transparência deve ser “a espinha dorsal do jornalismo”(p. 1930), não obstante tal exercício não ser, para já, tão reconhecido como seria desejável — razão pela qual os dois investigadores apontam para a necessidade de um processo de aprendizagem e de esclarecimento, de modo a que os públicos possam passar a reconhecê-la e, sobretudo, a apreciá-la —, também no passado decisões unilaterais assumidas pelos jornalistas e algumas empresas de média tiveram o objetivo comum de criar mecanismos e instrumentos tendentes a reforçar a confiança dos públicos no trabalho jornalístico. Esse esforço contínuo ao longo dos anos para cimentar a confiança e reforçar a credibilidade do trabalho que realiza, através da introdução e adesão a mecanismos que ofereçam tais garantias públicas, começa por ser uma resposta às próprias necessidades do jornalismo.

É assim, também, que observamos as múltiplas experiências em torno da transparência, não obstante o reduzido reconhecimento público que ainda possui. Mais uma vez, no entanto, como assinala o mesmo Karlsson em obra publicada em 2022, na qual aprofunda e atualiza o seu olhar sobre o tema, se o papel da transparência pode ser visto como algo do interesse próprio do jornalismo, no sentido de o poder tornar mais acessível e credível junto do público, assim aumentando também a legitimidade da instituição jornalística, é igualmente relevante não perder de vista que esta se inscreve, por outro lado, no negócio das notícias. Também por esse motivo defendemos que é crucial para o jornalismo reforçar o que alguns autores definem como “interação transparente” (Plaisance, 2007 *apud* Karlsson, 2022, p. 7), entendida como um processo que nos permite, enquanto seres racionais e autónomos, avaliar, reciprocamente, o comportamento de cada um.

No âmbito dessa interação avulta, desde logo, o papel e escolha das fontes no processo de produção noticiosa e até as opções temáticas que são feitas. O uso e abuso de fontes não identificadas constitui, à partida, uma ferida aberta na transparência; e quando se elege a rapidez informativa como valor determinante, sem cuidar de procurar a diversidade de perspetivas antes referida e sem tempo nem cuidado para atender aos necessários

enquadramentos face à informação que se veicula, é a própria ideia de imparcialidade que fica em causa. Por outro lado, no ambiente digital, o que conta e faz a diferença é o como se começa o debate, se inicia o processo de veiculação de uma informação. E só se o debate for aberto e transparente acerca das fontes, dos preconceitos e opiniões é que os respetivos participantes podem ser credíveis (Weinberger, 2009).

Ao fazer-se a defesa da transparência como ritual estratégico, embora sabendo que tanto a sua doutrina epistemológica como a sua dimensão operativa carecem de uma maior adesão e atenção académica e profissional (Karlsson, 2022), tal significa apontar para uma superação da retórica da imparcialidade. Esta é vista simultaneamente como uma imagem de marca das práticas jornalísticas, que a reivindicam como valor estratégico da profissão, e como auto-legitimação para as escolhas que faz e para as narrativas que constrói. Porém, como pensamos ter mostrado, subsistem alguns “buracos negros” no quadro dessas decisões, assim como emergem questões irresolúveis, como o poder e uso da linguagem enquanto elementos constitutivos das narrativas jornalísticas e a qual, na sua impossível neutralidade e enquanto materialização do pensamento subjetivo do respetivo autor, resulta em um texto “bacteriologicamente impuro”. Acresce ainda que num mundo pleno de subjetividade subsiste sempre a ação subjetiva do jornalista, ou seja, a sua forma de o pensar e ler. Isto é, “entre um fato e suas diferentes versões e abordagens, há sempre um jornalista e suas opiniões” (Rossi, 2005, *apud* Moraes, 2022, p. 14). Por outras palavras, embora a imparcialidade seja uma noção que integra diversos códigos de ética, deontológicos²² e de redação, ela deve ser entendida como um objetivo em construção. Ou seja, como um propósito que, sendo verdadeiramente inalcançável, não deve deixar de estar presente nos procedimentos jornalísticos, os quais, por sua vez, quanto mais transparentes conseguirem ser nos termos que aqui fomos apresentando e defendendo, mais próximos estarão desse ideal.

22. O código deontológico dos jornalistas portugueses nada diz, explicitamente, acerca da prática ou existência da imparcialidade. O articulado do seu ponto 1 é o que mais se aproxima desse desiderato, ao referir que “o jornalista deve relatar os factos com rigor e exatidão e interpretá-los com honestidade. Os factos devem ser comprovados, ouvindo as partes com interesses atendíveis no caso. A distinção entre notícia e opinião deve ficar bem clara aos olhos do público”.

5. O REPÓRTER FOUCAULT OU O FILÓSOFO NA PELE DE “JORNALISTA RADICAL”

*Aquele que compreende a realidade e não se insurge
contra ela, mas antes lhe faz companhia, não passa
de um conformista.*

Albert Camus, *O homem revoltado*

Entre setembro e novembro de 1978, o filósofo francês Michel Foucault publicou oito peças jornalísticas no diário italiano *Corriere della Sera*, sobre a revolução iraniana, que cunhou com a designação de “reportagens de ideias”¹. Este conjunto de trabalhos, ainda tão pouco discutidos e analisados, reforçam em nosso entender a pertinência do debate em torno da noção de imparcialidade, do estatuto de jornalista enquanto profissão aberta, do jornalismo como prática colaborativa (aqui entre jornalistas e intelectuais) e como relato gnoseológico da realidade.

Tudo começou com um desafio do editor do jornal, A. Rizzoli (que entretanto se tornara acionista) para que escrevesse um conjunto de artigos de opinião. Foucault, em alternativa, propôs a constituição de “uma equipa de repórteres-intelectuais” que se deslocassem ao Irão, “onde nascem e morrem esses acontecimentos que são as ideias”² (Foucault, 1994b, p. 662). Interessava-lhe não apenas ir testemunhar a explosão das ideias que

1. Sempre que empregou o termo reportagem nas peças publicadas no diário italiano, Foucault usou-o entre aspas ou a itálico, quando optava pela expressão francesa de *reportagem* (1994b, p.706).

2. A proposta completa apresentada por Foucault compreendia a realização de um conjunto de outras reportagens de ideias: sobre o Vietname, por Susan Sontag; sobre a Hungria, por Arpad Ajtony; sobre a democratização de Espanha, por Jorge Semprun; sobre o suicídio coletivo da seita do pastor Jones na Guiana, por Ronald Laing; sobre a administração do presidente Carter, no final da década de 1970, por Alain Finkielkraut; e sobre os boat-people, por André Glucksman. Apenas estas duas últimas, juntamente com as reportagens do Irão, por Foucault, foram concretizadas.

ele presentia no ar, como dar conta do que considerava que estaria a ser silenciado pelos média *mainstream* ocidentais. Decidido a ir assistir ao nascimento dessas ideias e “à explosão da força delas”, cujas dinâmicas, em seu entender, não se apreendem nos livros, mas nas lutas e na força que elas emprestam aos acontecimentos (1994b, p. 707), Foucault argumentava em defesa do projeto jornalístico que desejava levar avante, que

É precisamente porque o mundo tem ideias (e porque ele produz muitas delas de forma contínua) que ele não é conduzido passivamente de acordo com os que o dirigem ou segundo aqueles que pretendem ensiná-lo a pensar de uma vez por todas. É este o sentido que queremos dar a essas reportagens onde a análise do que se pensa estará ligada ao que acontece. Os intelectuais trabalharão com jornalistas³ no cruzamento entre ideias e acontecimentos (Foucault, 1994b, p. 707)⁴.

Essa efervescência social e política a que Foucault se referia era o estertor do regime do Xá Reza Pahlevi, que antes de fugir do país, em janeiro de 1979, enfrentou nas principais cidades iranianas grandes manifestações de protesto, todas violentamente reprimidas. Dois acontecimentos, no entanto, precipitaram e reforçaram a determinação do filósofo em partir em reportagem⁵: o incêndio no cinema Rex, em Abadamn, em agosto de 1978, que provocou perto de 400 vítimas; e no mês seguinte, a oito de setembro, data conhecida pela *sexta-feira negra*, um número indeterminado de pessoas morre, atingida pelas balas das forças militares que dispararam a oito sobre a multidão que enchia a praça de Djaleh, em Teerão. “Entre duas a quatro mil pessoas são mortas”, afirmaria Foucault (1994b, p. 663), embora não haja consenso acerca do número total de vítimas. Na sequência deste acontecimento é decretada a lei marcial.

3. Foucault fez questão de formar uma equipa de filósofos e jornalistas que trabalharia coletivamente. Coordenada pelo jornalista Thierry Voeltzel, a equipa incluiu, entre outros, os filósofos André Glucksmann e Alain Finkielkraut.

4. A responsabilidade da tradução de todas as citações de Foucault neste capítulo é do autor do texto.

5. Dois anos antes assinara um documento de protesto, também subscrito por Deleuze, Sarte e Simone de Beauvoir, publicado no *Le Monde*, onde se denunciava e criticava “o silêncio das autoridades francesas perante as evidentes violações dos direitos humanos no Irão”.

Na primeira reportagem, publicada a 28 de setembro de 1978, Foucault evidencia os contrastes e contradições da realidade, a partir da instituição militar:

No Irão do petróleo e da miséria, o exército ocupa um lugar muito importante. Quatro milhões de pessoas (um iraniano em cada seis), segundo os economistas, vivem à custa dele. Mas isto não é suficiente para lhe dar uma base social coerente ou mesmo para o fazer participar no desenvolvimento económico (Foucault, 1994b, p. 666).

O papel do exército, num contexto político de grandes transformações (e que à época estava longe de se perceber ainda o destino que o país iria tomar após a entronização de Khomeini no poder, que aconteceria no início de 1979), ocupa nesse texto inaugural um lugar central na sua atenção e reflexões:

Também não existe uma ideologia do exército. Nunca na história do Irão o exército foi capaz de desempenhar o papel de liderança nacional ou de formar o projeto político que tem sido encontrado nos exércitos sul-americanos desde as guerras de independência. O exército iraniano nunca libertou nada. Sucessivamente protegeu os seus soberanos e manteve-se de guarda lado a lado com sentinelas estrangeiras em torno dos territórios concessionados. Nunca teve a oportunidade de se identificar com o Irão ou de tomar conta do destino do país (Foucault, 1994b, p. 606).

À semelhança da experiência que protagonizara em 1971 com Jean-Marie Domenach e Pierre Naquet, quando constituíram o Grupo de Investigações das Prisões (GIP) com o objetivo de denunciar as condições e atropelos existentes nas cadeias francesas, (perante o silêncio generalizado dos média), procurando saber e relevar as opiniões dos presos, em detrimento das fontes institucionais (Marocco, 2008), também em 1978 Foucault estava vivamente interessado em atuar no campo da atualidade, a partir das vozes mais silenciadas e secundarizando o que a cultura jornalística designa por fontes oficiais. Como ele esclarece em outros textos, o seu projeto teórico, em que incluía naturalmente, a sua atitude como filósofo, visava olhar e participar ativamente na atualidade: “se nós queremos ser donos do nosso

futuro, devemos colocar, fundamentalmente, a questão do tempo presente. É por isso que, para mim, a filosofia é uma espécie de jornalismo radical” (Foucault, 1994a, p. 434).

“Reportagens de ideias” são jornalismo?

Cinco anos antes, no âmbito de um texto intitulado, “O mundo é um grande hospício” (Foucault, 1994a, pp. 433-434), onde discorre sobre as mudanças do poder político e a sua aproximação à ação da psicologia — “o mundo é um grande hospício, onde os governantes são os psicólogos, e o povo os pacientes” (1994a, p. 434) — assume-se “como um jornalista, na medida em que o que me interessa é a atualidade, o que se passa à nossa volta, o que somos, o que acontece no mundo” (1994a, p. 434). É esta perspectiva, como ele sublinha no mesmo texto, de que somos nós que fazemos o nosso próprio futuro, no sentido em que tal corresponde ao modo como transformamos em verdade um movimento ou uma dúvida, que o mantém atento e curioso face à emergência de ideias novas e a acontecimentos sociais igualmente novos e disruptivos, que em boa parte transcendiam os círculos universitários e intelectuais que ele frequentava. É neste contexto que ele defende, como referimos no início do capítulo, que o mundo possui muito mais ideias que as que os intelectuais imaginam e que elas são movidas por uma paixão que escapa ao poder político.

Poder-se-ia discutir, à luz destas posições, o entendimento de Foucault acerca do trabalho filosófico, o qual, como parece evidente, o entende numa perspectiva e preocupação de atuar sobre a atualidade⁶. Não sendo esse o objetivo deste capítulo, importa focarmo-nos na vertente jornalística das suas “reportagens de ideias”, as quais, de uma forma porventura simplificadora, tinham como pressuposto responder a uma pergunta essencial: o que é que está a acontecer atualmente que não sabemos?

6. Posteriormente, em 1984, em dois textos intitulados “Qu’est-ce que les Lumières?”, Foucault problematiza de novo a importância da atualidade no trabalho (e discurso) filosófico, a partir de um ensaio de Kant sobre o Iluminismo (*Dits et Écrits IV*. Paris: Gallimard).

A resposta à pergunta contemplava simultaneamente a ideia de desejar debruçar-se sobre as zonas cinzentas da informação da revolução iraniana e a ambição de olhar e procurar entender os movimentos em curso fora dos quadros formais da visão hegemónica ocidental. No fundo, preocupações que devem ser vistas como normais e habituais em qualquer jornalista. E como qualquer jornalista que se deve preparar para o trabalho que vai realizar (mais ainda quando este vai ser feito em contextos sócio-políticos muito complexos e distintos da sua realidade quotidiana), Foucault procura obter o máximo de dados e informações (inclusivamente falando com iranianos exilados em Paris), capazes de lhe darem o desejável *background* para os dias que vai passar no Irão.

Ali, como no trabalho realizado em 1971 no âmbito do GIP, ignora os políticos profissionais para centrar a atenção nas vozes habitualmente invisíveis nos média: homens da rua, estudantes, opositores e também líderes religiosos. Passa horas junto às portas das mesquitas e das universidades para ouvir mais vozes, alargar a amplitude da sua perceção sobre a realidade que cobria. Afastando-se das categorias dominantes nos processos jornalísticos que privilegiam, em regra, a relevância das fontes institucionais, com base na respetiva autoridade e credibilidade, Foucault inverte essa taxonomia.

Num estudo que realizou sobre as “reportagens de ideias”, a investigadora Beatriz Marocco reforça o mesmo ponto de vista, ao sustentar que na perspetiva foucaultiana a noção operativa de fonte jornalística

está francamente em oposição ao modo de objetivação jornalística dos indivíduos que geralmente se volta para as fontes oficiais que ocupam posições institucionais, fornecem a informação mais rapidamente, a baixo custo, e por isso são mais produtivas, e conferem à informação maior confiança e aparência de verdade (2008, p. 41).

À luz deste entendimento, a fonte jornalística para Foucault é alguém implicado com a ação e a realidade sobre a qual toma partido. Ou seja, ao invés das práticas dominantes que privilegiam as fontes institucionais na lógica operativa antes sublinhada por Marocco (cuja condição enquanto fonte

oficial não deixa, por seu lado, de refletir também um pensamento e interesse pelo respetivo acontecimento), Foucault preferiu dar mais visibilidade à rua e ao cidadão comum, mas sem nunca procurar chegar a um discurso e a uma visão monolítica de uma realidade que lhe parecia tão dinâmica quanto complexa. Tal atitude manteve-se nas duas deslocações que fez ao Irão. Na segunda viagem, aliás, realizada em novembro de 1978, tal preocupação é muito evidente: operários das refinarias de petróleo, trabalhadores em greve e cidadãos da classe média em que se incluíam profissionais liberais são escutados e entrevistados por ele, com o objetivo de melhor entender as razões e raízes da oposição à governação do Xá, ao mesmo tempo que testemunhava, nesse fervilhar de ideias e emoções, a emergência de novas formas de pensar dos iranianos.

Surpreendeu-o, nesse contexto, como deixa bem claro na reportagem intitulada, “Com que sonham os iranianos?” publicada no *Le Nouvel Observateur*⁷, em outubro de 1978, o facto de “não ter escutado uma única vez a palavra «revolução»”, embora em quatro de cada cinco respostas que obteve quando perguntava “o que é que vocês querem?”, lhe fosse dito “o governo islâmico” (1994b, pp. 690-691).

Para Foucault, no entanto, a noção de acontecimento não se esgota na factualidade, no que acontece num dado momento ou espaço, como se fosse possível congelar o instante em que esse evento ocorre para melhor o observar, quiçá para o dissecar. Para ele, como resulta claro neste conjunto de reportagens, a ideia de acontecimento está intimamente ligada à exigência de problematização da atualidade que é sempre suposto tratar do ponto de vista jornalístico. A atualidade, com as suas múltiplas e por vezes contraditórias dinâmicas, é movida e transformada por ideias. Onde, o trabalho jornalístico, nesse sentido, embora podendo aproximar-se do que num outro contexto se designa por história do presente, implica um pensamento,

7. Trata-se da única peça jornalística sobre o Irão que Foucault publicou em França. Este texto corresponde, no entanto, em boa parte, à reportagem publicada no *Corriere della Sera*, sob o título, “Regresso do profeta”.

um olhar crítico, a tal problematização do que ocorre e em que contextos essa mesma atualidade existe e se assume como matéria-prima da informação noticiosa.

E porque os acontecimentos que enformam a atualidade a tornam complexa, é que a sua construção narrativa não pode ser simplista nem definitiva. Sobretudo quando a escrita jornalística acompanha o rumo incerto, tantas vezes confuso, do presente que é instável e inseguro na definição das ideias e dos objetivos que determinam a sua ação. (A trajetória de uma reportagem não deixa, ainda, de poder ser influenciada pela narrativa das fontes oficiais, correndo o risco de ser manietada pela eventual proximidade entre jornalista e respetiva fonte e pelo risco de dependência dessa relação, especialmente em contextos de elevado risco e de conflito; porém, Foucault nunca ficou exposto a situações desse tipo, fruto das opções e metodologia seguida e de que damos conta ao longo do texto).

Na última das suas oito “reportagens de ideias”, Foucault está convencido que aquilo a que assistiu durante a sua permanência e viagens pelo Irão não é uma sublevação espontânea à qual falta uma organização política formal; em seu entender, trata-se, sobretudo, de um movimento que pretende, ao mesmo tempo, desvencilhar-se da dominação externa e da política interna. Daí a dúvida final que partilha com os leitores:

Quando parti do Irão a pergunta que me colocava sem cessar era evidentemente: «É isto uma revolução? (é a este preço que em França toda uma opinião consente em interessar-se pelo que não é do nosso país). Não sei responder. Mas tenho o desejo de dizer: não é uma revolução no sentido literal do termo: uma maneira de se levantar e reagir. É uma insurreição de homens de mãos nuas que querem tirar o tremendo peso que pesa sobre todos nós, mas especialmente sobre eles, os trabalhadores de petróleo, esses camponeses nas fronteiras dos impérios: o peso da ordem do mundo inteiro. É talvez a primeira grande insurreição contra os sistemas planetários, a forma mais moderna de revolta e a mais louca (Foucault, 1994b, p. 716).

Nunca deixando de se considerar um intelectual, cuja moral teórica, como faz questão de explicitar, é “«antiestratégica»: ser respeitoso quando uma singularidade se ergue, intransigente assim que o poder infringe o universal” (1994b, p. 794), poder-se-á perguntar se as oito peças publicadas no *Corriere della Sera* são, de facto, reportagens jornalísticas ou meras abordagens da realidade feitas por um filósofo. Por outras palavras: o trabalho realizado por Foucault, como, por exemplo, a série de reportagens especiais feitas pelo escritor Mario Vargas Llosa sobre a ocupação dos territórios palestinos, publicadas em julho de 2016 no *El País*, sob o título “Os estragos da ocupação israelita”, correspondem e respeitam as exigências que caracterizam a reportagem jornalística?

Nas ruas de Teerão e de Qom, focado em ouvir as opiniões e as estórias do cidadão comum, cujas versões e perspectivas eram quase na totalidade ignoradas pelos grandes média ocidentais, Foucault teve um comportamento totalmente em consonância com o entendimento que Kapuscinski (2002) e Daniel Cornu (2015) fazem da prática jornalística. “Nós só existimos como indivíduos que existem pelos outros — sustenta Kapuscinski —, que partilham os seus problemas e tentam resolvê-los ou, pelo menos, descrevê-los”, porque (...) “o verdadeiro jornalismo é o intencional, ou seja, o que tem uma finalidade e que visa produzir algum tipo de mudança” (2002, p. 30). Por outro lado, como é referido em capítulos anteriores, quando apontamos para a necessidade de o jornalista assumir uma atitude reflexiva sobre o conteúdo textual do seu trabalho, assistimos a esse exercício por parte de Foucault, através da problematização das realidades que ele cobre e acompanha, ligando-a à dimensão crítica que ele possui acerca da sua função e da coerência de tudo isso com o que cada uma das suas reportagens diz.

Para Cornu, autor especialmente atento às questões éticas e deontológicas da profissão, “o jornalista é um ator social e é também um sujeito moral. É dotado de subjetividade” (2005, p. 114). Quer dizer que as suas decisões, intencionais sem dúvida, inserem-se na complexidade do seu quadro referencial que, por sua vez, vai determinar quais as opções que fará em cada momento:

Nas suas escolhas profissionais não pode fazer abstração da sua história pessoal, das suas origens sociais, do meio, da sua cultura, das suas convicções, das suas esperanças, dos seus desejos e dos seus receios. Estes parâmetros pessoais têm lugar na relação que o jornalista estabelece com a sua própria função social, com o exercício da palavra — o poder simbólico de participar na construção simbólica da imagem do mundo (Cornu, 2005, p. 114).

Nos trabalhos de Foucault, cuja experiência como repórter se ficou por essas incursões iranianas, são particularmente evidentes as marcas textuais do que Denis Ruellan classifica como racionalizar e contar, o que equivale por dizer que encontramos nessas “reportagens de ideias” um equilíbrio entre o que pode designar-se por áreas da investigação e da expressão. As duas operações concorrem e servem o objetivo de construírem uma narrativa tão completa e aprofundada quanto possível, emprestando ao respetivo trabalho jornalístico as características próprias da reportagem interpretativa. Neste sentido, reportar é muito mais que a sua dimensão etimológica de dar conta de algo, de contar o que se viu, “como eu melhor puder”, como escreveu Pêro Vaz de Caminha na carta de achamento do Brasil ao rei D. Manuel, embora, como ele, o repórter de hoje “nem para embelezar nem afear haverá de por aqui mais do que aquilo que vi e me pareceu” (Caminha, 2021, p. 43). Exige-se, pois, um total e inegociável compromisso para com os factos, uma vez que a raiz do jornalismo é o mundo objetivável ancorado no que acontece e não um belo e criativo exercício de ficção. Como escreve a jornalista filipina Maria Ressa, Nobel da Paz de 2021, “sem factos não pode haver verdade” (2023, p. 16), frase que se insere numa ideia mais ampla em que a autora se insurge contra os processos de degeneração da verdade e de manipulação dos factos que o manejo das tecnologias hoje permitem.

No caso de Foucault, nunca se vislumbrou nas suas reportagens uma qualquer fuga à realidade objetivável, embora resulte muito evidente — e daí a grande diferença face a muitos outros trabalhos jornalísticos — que ele jamais procurou ou lidou apenas com factos que confirmassem os pré-juízos ou pré-conceitos dominantes nas narrativas mediáticas. Interessou-o, sim,

ir até onde as suas capacidades e circunstâncias permitiam que ele fosse na busca da compreensão do que observava, para melhor reportar. E reportar melhor consistia em enriquecer o texto com elementos, factos e dúvidas, mas também perplexidades, que em conjunto potenciam uma mais completa interpretação da realidade. Este jornalismo interpretativo ou, ainda, “jornalismo de subjetividade” como é designado por Moraes (2022, pp. 12-13), não assenta, ao contrário do que apressadamente as palavras podem fazer crer, na dimensão de um “eu” arbitrário, mas na arquitetura de um enquadramento crítico da realidade apreendida, que por coincidente felicidade Foucault classificou como “reportagens de ideias”.

Jornalismo e intervenção intelectual

O jornalismo interpretativo implica que o autor do trabalho agregue valor à informação que veicula, tornando mais perceptíveis e legíveis todos os contornos dos conteúdos veiculados. Isto é, a par da presença da liberdade estilística do autor, este, além de deixar claro o seu posicionamento acerca da realidade que trata, fornece todas as chaves que capta da realidade, de modo a dar uma perspetiva mais contextualizada e completa sobre a matéria acerca da qual escreve, possibilitando, assim, que o leitor seja capaz de melhor interpretar a massa informativa que lhe é dada e com isso possa construir a sua própria opinião da realidade. Não são esses, afinal, os critérios, descrições, dúvidas e perplexidades que encontramos nas reportagens de Michael Herr, no Vietname?; de Dexter Filkins, no Iraque e no Afeganistão?; de Martha Gellhorn na guerra civil de Espanha, nos campos de refugiados da Jordânia, no final dos anos 1960, ou em El Salvador e Panamá duas décadas mais tarde?; de Hemingway, com as tropas aliadas na II Guerra?; de Audálio Dantas nas zonas mais pobres e sombrias do Brasil?; de Alma Guillermoprieto sobre os conflitos ardentes da América Central?...

Perguntar-se-á, por outro lado, se haverá reportagem sem ideias, por oposição à designação cunhada pelo filósofo francês. Olhando para o plano de todo o projeto, que incluía uma diversidade de trabalhos, a maioria deles sem nunca ter sido realizada, é de admitir que a expressão “reportagens de

ideias”, tendo em conta a sua própria explicitação, visasse, no fundo, evidenciar as causas e os valores presentes em cada acontecimento, em síntese, as ideias e o seu impacto em cada contexto e circunstância. A expressão proposta por Foucault, mais que uma tautologia, teria o propósito de sinalizar e evidenciar aquilo que efetivamente o mobilizava e interessava nesses mergulhos na atualidade, no que acontece de relevante e transformador no mundo, como ele chegou a escrever, e em cujo papel e ação ele se sentia duplamente na pele de filósofo e de jornalista. O jornalismo foi, neste contexto, um espaço de intervenção intelectual, para Foucault.

De resto, “o jornalismo — como dizia Françoise Giroud, co-fundadora do semanário *L'Express* e ministra da Cultura no governo de Raymond Barre — é estar lá no sítio, onde bate o coração do mundo” (2002, p.126), e Foucault conseguiu estar naquele outono de 1978 nessa zona do mundo onde as ideias batiam a alta velocidade e começavam a mudar uma realidade antiga. Ora, sendo as ideias o coração e a alma das reportagens iranianas, como falar delas e procurar entendê-las no seu quadro sócio-político e económico, sem mergulhar na complexidade desse mundo, em busca de pistas capazes de ajudar a perceber as causas e consequências de tamanha ebulição?

Embora repousasse no jornalista Thierry Voeltzel a responsabilidade da coordenação editorial dos trabalhos, a verdade é que cabiam a Foucault todas as despesas com as opções de rua que haveriam de dar corpo às oito reportagens, cujo estilo e sentido narrativos lhe couberam por inteiro. Por esta razão escreveu sempre na primeira pessoa, para que não houvesse a mínima dúvida acerca da autoria dos textos, das dúvidas que sentiu, de como realizou o trabalho, em que contextos este foi sendo concretizado e até como ele entendia a sua missão enquanto repórter:

Não sei fazer a história do futuro. E sou um pouco desajeitado a prever o passado. Gostaria, no entanto, de tentar captar o que está a acontecer, porque nestes dias nada é definitivo e os dados estão ainda a rolar. É este, porventura, o trabalho do jornalista, mas a verdade é que eu sou ainda um neófito (Foucault, 1994b, p. 714).

Além de estes trabalhos, entre muitas outras incursões semelhantes, mostrarem o exercício do jornalismo como profissão aberta, as reportagens de Foucault no Irão — como as de Vargas Llosa, em África ou no Médio Oriente, publicadas no *El País* — podem inserir-se na linhagem dos relatos gnoseológicos como os que Michael Herr, enviado da *Esquire*, realizou no Vietname, ou até de García Márquez, em 1975, quando veio escrever sobre o Verão Quente (“Portugal, território livre da Europa”) para a revista colombiana *Alternativa*. A par com a subjetividade do olhar jornalístico, a riqueza e densidade de conhecimento que cada um desses textos empresta ao género reportagem não se circunscreve à narrativa linear do acontecido, porque aquilo que verdadeiramente lhe interessa é tocar a realidade complexa, lá onde ela apresenta mais dúvidas e ambiguidades que certezas, mais problemas e contrariedades que segurança, mais incompreensão que concordância e anuência. A única diferença é que Michael Herr reuniu depois todas as reportagens numa obra — *Dispatches*⁸ — que marcou uma época e influenciou o chamado jornalismo de guerra, ao passo que Foucault nunca quis que os seus textos jornalísticos tivessem outra versão que não a das páginas no *Corriere della Sera*, porque foram pensados e realizados segundo a lógica de produção jornalística, isto é, possuidores de uma evidente efemeridade, pelo que não fazia sentido retirá-los do seu *habitat* original.

Aos três, no entanto, aproxima-os o compromisso para com as realidades que cada um procurou perceber e trabalhar. E se Foucault via a relação do filósofo com a atualidade como uma forma radical de ser jornalista, García Márquez dizia que foi o jornalismo que o “manteve em relação íntima com a realidade” (2006, p. 10), experiência de que toda a sua ficção beneficiaria.

Finalmente, mas não menos importante, importa sublinhar que Foucault viria a ser mais tarde publicamente criticado por diversos intelectuais, que o acusaram de colagem e apoio a Aiatolá Khomeini, esquecendo que todas as reportagens haviam sido feitas num contexto político diferente e bem antes da subida do líder espiritual xiita ao poder. A tais vozes parece que

8. Existe já uma versão em português, com o título *Despachos*, publicada em 2019 pela Antígona.

pouco interessava debater ou perceber a complexidade da realidade em mudança que Foucault foi encontrar e quis entender fora das lentes mediáticas hegemónicas e, em especial, da visão maniqueísta do mundo que esses intelectuais — ontem em relação ao Irão e à ex-Jugoslávia, hoje face a Taiwan, à Ucrânia, à Palestina, à China ou à Rússia — apresentavam.

A visão de Foucault — e a sua reação a muitas das críticas feitas — pode muito bem ser sintetizada na resposta que deu à carta de uma leitora iraniana residente em Paris, a quem ele começou por alertar que ela não tinha lido o artigo que criticava, para concluir com o que estava verdadeiramente em causa e tantos engulhos provocara no pensamento de intelectuais e de meros cidadãos:

O problema do islão como força política é um problema essencial do nosso tempo e do futuro próximo. A primeira condição para se aproximar dela com qualquer grau de inteligência é não começar por a odiar (Foucault, 1994b, p. 708).

Não deixa de ser curioso observar, todavia, que à luz do pensamento dessas vozes críticas, se Foucault tivesse antecipadamente atacado ou criticado Khomeini, tal teria sido aceitável e dessa maneira teria escapado às acusações de parcialidade. A perspetiva maniqueísta, por definição, aceita que se possa ser parcial, que o jornalista esteja de um dos lados, desde que este seja considerado o lado bom da trincheira, isto é, o lado com o qual o recetor da reportagem concorda e quer ver reforçado pelo texto jornalístico.

Nada de verdadeiramente novo, dir-se-á. Em 1966, Martha Gellhorn — nome emblemático do jornalismo de guerra, que cobriu todos os conflitos importantes desde 1936, em Espanha, até 1990 no Panamá — teve de publicar as suas reportagens sobre o Vietname no *The Guardian*, porque a visão acerca do que observava e contava era muito diferente da versão (e verdade) oficial americana, razão pela qual os seus textos eram rejeitados pelos média do seu país. “As opiniões diferentes eram propaganda comunista e, como tal, rejeitadas” escreveu na introdução a um seu livro, em 1986, e republicada em *A face da guerra*, uma coletânea com as suas melhores reportagens

(Gellhorn, 2007, p. 448), onde revela que por causa das suas posições a embaixada do Vietname do Sul em Londres, após ter-lhe recusado várias vezes o visto para regressar ao teatro da guerra, informou-a de que ela estava numa lista negra da administração norte-americana.

A história do jornalismo — e das relações políticas por inerência — está cheia de casos em que a visão maniqueísta e monolítica da realidade turva a necessária compreensão do que efetivamente está em jogo. E quando o jornalismo apresenta uma perspectiva ou narrativa diversa da verdade oficial ou da versão dominante, o poder político usa a sua força de reação. Como se a razão estivesse sempre do seu lado e as suas atitudes fossem justificadas ou, como argumenta Martha Gellhorn, “se os fins justificam os meios, então os fins não valem nada” (2007, p. 447). O que releva a importância e atualidade na discussão da ideia de independência no exercício do jornalismo. Independentemente das circunstâncias.

6. MÉDIA PRÓSPEROS, JORNALISTAS NEM POR ISSO

O dinheiro, ao tornar-se cada vez mais a expressão absolutamente adequada e o equivalente de todos os valores, supera, numa altura meramente abstrata, toda variedade dos objetos.

G. Simmell, *O dinheiro na cultura moderna*

O lucro: um roubo. Escutem aqui, exploradores do necessitado, opressores dos pobres do país! Vocês ficam maquinando: “Quando vai passar a festa da lua nova, para podermos pôr à venda o nosso trigo? Quando vai passar o sábado, para abriremos o armazém, para diminuir as medidas, aumentar o peso e viciar a balança, para comprar os fracos por dinheiro, o necessitado por um par de sandálias, e vender o refugo do trigo?”.

Amós 8, *Antigo Testamento*

Em *Rich media poor democracy*, McChesney (2000) conclui as suas extensas e aprofundadas reflexões com uma ideia que mais parece uma palavra de ordem: “a única forma de vencer o capital organizado é através de uma cidadania organizada” (p. 318). Ao longo das mais de 300 páginas do livro, o investigador procede a uma meticolosa análise crítica sobre a transformação dos média, com particular incidência (mas não exclusivamente) nos Estados Unidos, situando essas mudanças no quadro das alterações económicas e políticas, sem deixar de olhar, também, para os média anti-liberais e praticantes de uma informação ativista.

O seu ponto de partida e principal argumento é que os média tornaram-se uma significativa força anti-democrática tanto nos Estados Unidos, como, segundo graus diversos, um pouco por todo o mundo: “quanto mais ricas e mais poderosas se tornaram as corporações gigantes dos média, mais pobres se tornaram as perspectivas de democracia participativa” (McChesney, 2000, p. 2). Estas observações inserem-se no fio condutor do pensamento do autor, que vê na afirmação e poder crescente do neoliberalismo o principal motor para o *boom* dos grandes grupos de média, ao mesmo tempo que, em seu entender, colapsa a vida política democrática: “a desregulamentação proporcionada pelo neoliberalismo tem sido fundamental para permitir às empresas ricas dos meios de comunicação social crescerem e prosperarem” (p. 6). É neste sentido que McChesney critica o papel e posicionamento das grandes corporações mediáticas, cujo poder é claramente superior às tradicionais “instituições existentes” que, “infelizmente, estão mal equipadas” (p. 319) para lhes fazer frente e, sobretudo, terem capacidade para assumir soluções que apontem para a revitalização da vida democrática.

A expressão neoliberalismo, nos termos que o autor a emprega, refere-se ao modelo económico orientado para a criação do máximo valor possível para os acionistas — a tal “ganância empresarial”, como Joe Biden lhe chamou — no qual o papel dos sindicatos e da contratação coletiva (outrora bastiões do mundo laboral) são minorizados, quando não até desprezados, e em que a função do estado e a aplicação de políticas públicas são também minimizadas, uma vez tudo girar em torno da abstrata noção de mercado, que tudo deve determinar. E no plano político diz respeito a um sistema democrático “baseado no voto, mas no qual o poder económico e político está definitivamente na posse de uma minoria rica” (McChesney, 2000, p. 79).

Mais de uma década depois, John Nichols e o mesmo McChesney regresam ao tema, com o sugestivo título, *Dollarocracy*, onde é retomada a ideia do poder dos grandes grupos de média, que são mais que isso, dada a diversidade de negócios e interesses a que estão ligados, e que vão desde o cinema, o entretenimento e lazer, à venda de notícias. Há muito, aliás, que

os riscos vinham sendo sinalizados. Alain Minc,¹ em *O choque dos media*, já antecipava nos primeiros anos da década de 1990, referindo-se ao poderio do gigante da construção, *Bouygues*, que começara a investir no negócio da informação, que “o controlo do maior média francês não deixa de ter contrapartidas comerciais para o maior construtor francês” (1994, p. 105). Daí apontar para a impossibilidade de existência de uma ética do acionista dos média, quando estes fazem parte de uma emaranhada e complexa teia de interesses que excedem em muito as fronteiras e limites do negócio da informação. No apoio a este raciocínio, Minc esgrime um argumento em jeito de pergunta de retórica:

Se Katherine Graham fosse uma fornecedora importante do Pentágono teria autorizado os seus jornalistas do *Washington Post*² a desencadear o Watergate? Se o proprietário do *Die Zeit* fosse a Daimler-Benz, em vez da condessa Dönhof, as características da redação seriam as mesmas? (1994, p. 105)

Duas décadas e meia depois destas reflexões, em que Alain Minc já discorria sobre os processos de concentração em curso em Itália e França, aquilo que então se apresentava como tendência constitui atualmente o panorama dominante. Nos Estados Unidos, mais de 90 por cento do setor dos média é hoje controlado por seis grandes grupos, cujos conteúdos, como é sabido, dominam o mercado global do entretenimento e da informação. O maior desses grupos — *AT&T* — tem receitas anuais da ordem dos 163 bilhões de dólares e possui no seu portefólio de empresas, marcas como a *CNN*, *HBO*, *Turner Entertainment Networks* e *Warner Pictures*, entre muitas outras. A *CBS*, com receitas que se aproximam dos 30 bilhões de dólares anuais possui, além dos seus conhecidos canais de televisão, a *Paramount Pictures* e a *MTV*. Com cerca de quatro vezes mais receitas (120 bilhões) a *Comcast Corporation*, congrega debaixo do seu teto a *NBC*, *USA Network*, *Universal*

1. Figura controversa da cena mediática (e política enquanto conselheiro) francesa, é autor de obras importantes, como é o caso da que é referida neste capítulo, em que faz uma análise crítica sobre a informação-espetáculo e os compromissos entre as empresas de média e os grandes grupos económicos e, por sua vez, as ligações e conexões de todas elas com o poder político.

2. A. Minc não refere, mas K. Graham foi ainda mais decisiva no processo conhecido por “*Pentagon papers*”, ocorrido cerca de dois anos antes do caso Watergate.

Pictures, Dreamwork Animation, Universal Parks and Resorts, etc, etc.. O grupo Disney, entre a sua imensa carteira de empresas, conta com o terceiro canal de televisão mais visto dos Estados Unidos: ABC.

Em França — para dar um exemplo europeu não português — o grupo *Vivendi*, um dos três mais influentes do mundo, possui atividades que juntam os média, entretenimento (cinema, música, indústria discográfica), telecomunicação, jogos e serviço de Internet. E o grupo *Lagardère* (*Paris Match, Le Journal du Dimanche, Elle, Europe1, etc*) com cerca de 240 títulos em 40 países, registava em setembro de 2022, de acordo com o relatório que divulgou, um total de receitas superior a cinco mil milhões de euros ao fim dos primeiros nove meses do ano, o que representava uma subida da ordem dos 40% face a 2021.

Fora destes conglomerados³, o *Washington Post* — que durante a longa gestão de K. Graham esteve exclusivamente focado no negócio da informação — protagoniza no segundo semestre de 2022 o insólito caso de o seu proprietário, Jeff Bezos, também dono da Amazon, manter um ataque cerrado no Twitter contra Joe Biden, com repercussões no próprio jornal. Desde que em julho publicou um primeiro tweet a criticar duramente o presidente americano, acusando-o de não entender as dinâmicas básicas do mercado, depois de Biden ter declarado que estava a ponderar aumentar os impostos sobre as grandes fortunas, Bezos não mais sossegou. Subtilmente, tem vindo a interferir no posicionamento do jornal, introduzindo alterações nas suas chefias editoriais. Um artigo publicado a 27 de setembro de 2022 na *Columbia Journalism Review* analisa detalhadamente o assunto, chegando a afirmar que “uma empresa de média propriedade de um oligarca pode ser um problema”. O autor do texto, Dan Froomkin⁴, vê nessa “guerra de tweets” — iniciada em maio, mas que só a partir de julho Bezos tornou

3. O *The New York Times*, que em 2009 aceitou um empréstimo de 250 milhões de dólares, do multimilionário mexicano Carlos Slim, de forma a fazer face às dificuldades de liquidez que atravessava, teve um lucro de 220 milhões de dólares, em 2021. Ano em que investiu 550 milhões na plataforma de notícias desportivas pagas, *The Athletic*, ao mesmo tempo que vendia o *The Boston Globe*, comprava uma empresa de produção de podcasts e investia num jogo — Wordle — entre outros negócios, que ajudam a perceber o sucesso da sua recuperação financeira.

4. Versão integral do artigo: https://www.cjr.org/special_report/washington-post-jeff-bezos.php

mais agressiva — um claro “conflito de interesses”. Vale a pena dizer que a Amazon investe anualmente cerca de 20 milhões de dólares em *lobbying*, o que faz dela a segunda empresa (a seguir à Google) a gastar mais dinheiro junto dos canais de influência e do poder legislativo, em Washington.

É, portanto, esta democracia subjugada ao poder do dólar, ideia reunida no neologismo *Dollarocracy*, que os autores do livro vivamente denunciam e criticam. Chegam, aliás, a classificar de complexo eleitoral dinheiro-meios de comunicação, essa combinação que, com o tempo, se tornou simultaneamente tão vasta e poderosa como se fosse uma entidade única (Nichols & McChesney, 2013).

Concentração de poder “antidemocrático”

Bagdikian (2004), em *The new media monopoly*, vai pelo mesmo caminho dos seus compatriotas. Sustenta, por exemplo, que os grandes grupos mediáticos não desejam grande diversidade social e política, porque isso diluiria as suas audiências, assim como reduziria os encaixes económicos da publicidade, cujos níveis de lucro não têm precedentes. Matthew Hindman (2009) sublinha, a este respeito, a crença inicial na Internet, havendo quem a visse como uma espécie de Robin Hood, ou seja, um instrumento que iria desviar a publicidade dos grandes meios — os ricos — para a canalizar para pequenas plataformas ou blogues — os pobres — funcionando, assim, como uma espécie de justiceira moralizadora de um mercado amoral. Depressa se verificou que tal ideia não passava de um mito: *The Myth of digital democracy*, título do livro em que Hindman problematiza esses fenómenos e onde conclui que, afinal, tudo se resume ao protagonismo e centralidade das grandes corporações, que da imprensa passaram a dominar o audiovisual e agora fazem o pleno juntando todas as frentes.

Aos olhos de Hindman, a ideia de mais e melhor democracia que o mundo digital prometia, como consequência direta de uma mais alargada e diversificada oferta e possibilidade de participação dos cidadãos, estava, afinal, longe de se cumprir. Desde logo, sublinha, porque se “é fácil falar no

ciberespaço, continua a ser difícil ser escutado” (p. 142), o que remete para uma conclusão óbvia: de a informação permanecer concentrada nos mesmos grandes grupos que estrategicamente souberam fazer a transição do analógico para o digital. Daí considerar que a diversidade dos média, alargamento da esfera pública e participação cidadã que a tecnologia permite que se realize, constitui uma perspectiva duvidosa para o enriquecimento da vida democrática.

Esta implicaria, para seu reforço e consistência, a presença de uma robusta cultura de diversidade em vez de concentração. Fenómeno este que assume proporções desmedidas e que, por isso mesmo, ajuda a completar o puzzle. Por exemplo: se juntarmos o papel globalizador e tendencialmente totalitário da Google, que “trabalha tão bem, de forma tão simples e rápida que inspira confiança e fé junto dos seus utilizadores” (Vaidhyathan, 2011, p. 53), ao ponto de transmitir a ideia de que trabalha para nós, visto parecer ler as nossas mentes e, com isso, ser capaz de antecipar até as nossas decisões, seremos naturalmente levados a questionarmo-nos acerca da também concentração de tanto conhecimento numa só empresa. E se há concentração de conhecimento significa que há igualmente concentração de poder. Até os seus programas de apoio aos média, através do *Digital News Initiative*, um fundo de 150 milhões de euros criado em 2015, sem prejuízo de responder a necessidades (e criar necessidades novas) das empresas mediáticas acaba por as tornar dependentes das ferramentas disponibilizadas pela Google, que por sua vez vai, ainda, beneficiar do acesso a novos dados e conteúdos.

Sosha Zuboff, professora emérita da cátedra Charles Wilson na Harvard Business School, analisa profundamente estes fenómenos derivados dos avanços tecnológicos e do crescente poder que (de)têm nas sociedades contemporâneas, no quadro de um processo que a investigadora classifica como “capitalismo de vigilância”. No caso da Google, Zuboff (2020) realça o facto de esta empresa se ter tornado no “principal contribuidor das revistas científicas mais conceituadas — quatro a cinco vezes a média mundial, em 2016” (p. 215), ao mesmo tempo que triplicou o recrutamento de cientistas de inteligência automática. Daí criticar de forma veemente que

Sob o regime do capitalismo de vigilância, os cientistas empresariais não são recrutados para resolver a fome no mundo nem eliminar os combustíveis derivados do carbono. Pelo contrário, a sua genialidade é usada para arrombar os portões da experiência humana, transformá-la em dados e traduzi-la num novo colosso de mercado que cria riqueza a partir da previsão, influência e controlo do comportamento humano (Zuboff, 2020, p. 215).

A informação é, assim, entendida e vista como mera mercadoria geradora de valor, pelo que os respetivos processos de produção apenas se interessam pela otimização do consumo. É seguindo esta perspetiva que a australiana McKenzie Wark (2019) analisa a atual fase de desenvolvimento económico e tecnológico, cujo atual estadio é já uma superação do capitalismo como o conhecíamos, e onde emergiu uma nova classe — vectorialista — que é quem domina a informação.

Esta colossal concentração de poder, na ótica de Zuboff é “profundamente antidemocrática”, no sentido em que “poderosos interesses privados controlam o princípio definitivo da ordem social dos nossos tempos” (2020, p. 218). Isto é, essas empresas — Google à cabeça — sabem mais acerca de nós, que nós próprios, mas, por outro lado, o acesso dos cidadãos ao que elas sabem é escasso. “O negócio deles — sustenta Bucci — é o extrativismo do olhar e dos dados pessoais” (2021, p. 18). Na edição de 6 de maio de 2017, a revista *The Economist* titulava na sua capa, que os dados pessoais eram o novo petróleo.

Se é verdade que as organizações (empresariais ou outras) sabem tudo acerca de nós, por via dos consumos e dos gestos comunicacionais que fazemos através da Rede, a questão assume outra complexidade se tivermos em conta que mais facilmente os cidadãos disponibilizam livremente os seus dados pessoais sem saber a quem, do que facultam o respetivo número de identificação fiscal para constar no recibo de uma compra no supermercado ou no restaurante. Mais de 150 milhões de cidadãos, até dezembro de 2019, tinham disponibilizado livremente os seus dados e fotos à empresa russa

sediada em S. Petesburgo, Wireless Lab, proprietária do aplicativo FaceApp, através do qual é possível antecipar a imagem envelhecida de uma pessoa. Cada um, de forma livre e individual, de forma quase automática, abre mão da sua privacidade. O velho álbum familiar de fotos e as conversas antes tidas apenas com os amigos mais próximos são agora partilhados e escancarados publicamente, sem pudor e com vaidade. Por outro lado, o “antigo” capitalismo que se alimentava e construía com base na “riqueza das nações” cedeu o lugar à fórmula que lhe sucede: “riqueza das redes”, afirmou Yochai Benkler, professor em Harvard, de direito económico. Se repararmos que uma parte substancial da nossa vida quotidiana (e das nossas opções) depende e é feita na zona de influência e território dos *big five* (Google, Aple, Facebook, Amazon, Microsoft) talvez possamos ter razões para nos preocuparmos com a desmesurada concentração de poder desta família reunida sob o acrónimo de GAFAM.

As desigualdades que emergem no quadro destes relacionamentos, agravadas pelo desmesurado poder dessas empresas, constituem, no entender de Zuboff, “uma afronta intolerável à democracia” (p. 578). Escorada no pensamento do economista francês Thomas Piketty, que tem estudado o tema da desigualdade e cuja obra, *O capital no século XXI* (2014)⁵, revela que os índices de acumulação de rendas, nos países desenvolvidos, é claramente superior às taxas de crescimento económico, Zuboff socorre-se das palavras que o seu colega escreveu naquela obra — “uma economia de mercado(...) se abandonada a si própria (...) contém poderosas forças de divergência, que são potencialmente ameaçadoras para as sociedades democráticas e para os valores de justiça social em que elas assentam” (Piketty, 2014 *apud* Zuboff,

5. O *Financial Times*, apoiado por um economista de renome mas cuja identidade nunca divulgou, analisou detalhadamente o livro de Piketty e concluiu que os dados utilizados pelo autor para afirmar que a desigualdade tem vindo a crescer estão incorretos. Quando questionado pelo jornal britânico, Piketty reafirmou a segurança e fiabilidade dos dados, embora admitindo que eles podem ser sempre melhorados. Posteriormente, a revista *The Economist*, que analisou também ao pormenor a mesma obra, contestou as reservas e argumentos do *Financial Times*. A crítica porventura mais dura à obra de Piketty foi feita pelo economista peruano Hernando de Soto, nas páginas dos jornais *El País* e *Le Point*. Influenciado pelo pensamento de M. Friedman e F. Hayek, de Soto, fiel às ideias liberais defendidas em *O mistério do capital* (2000), sua principal obra, acusa o economista francês de basear o seu ensaio em princípios meramente ideológicos, quando, ironicamente, as críticas que ele próprio elabora partem do seu próprio posicionamento ideológico. Em 2015 Piketty recusou a Legião de Honra, argumentando que “não cabe ao Governo decidir acerca de quem é honorável,” e que seria preferível ao Estado dedicar-se ao “relançamento da confiança em França e na Europa, em vez de distribuir distinções”.

2020, p. 578) —, para proclamar que o “capitalismo de vigilância contribuiu para uma nova Idade Dourada da desigualdade extrema” (p. 578).

Maiores grupos portugueses de média são lucrativos

A natureza do sistema mediático dominado por grandes corporações aliada à falta de um debate democrático acerca das características e filosofia que impera sobre esse mesmo sistema tem permitido, por outro lado, o predomínio de um pensamento assente na lógica do mercado, materializado no princípio comercial, segundo o qual se deve dar às pessoas aquilo que elas querem — e quase sempre querem o que lhes é dado, fruto de um sistema circular, como argumenta McChesney (2000), uma vez que as pessoas ao consumirem a homogeneidade dos conteúdos servidos, como que ratificam as escolhas previamente decididas e feitas a pensar nelas.

Este tópico — que a um outro nível coloca em confronto a noção de um jornalismo refém das audiências — é afluído em outro capítulo da presente obra. Agora interessa-nos sobretudo perceber se a reiterada ladainha que chora e lamenta a crise dos média tem sério fundamento ou se ela mitiga outros dados e realidades, de que o jornalismo vem sendo a principal vítima, sendo certo, no entanto, que coexistem na mesma região e no mesmo país situações muito diversas.

Não sendo nosso propósito observar ao microscópio o panorama sócio-económico das empresas mediáticas portuguesas, propomo-nos, mesmo assim, olhar para os resultados operacionais dos principais grupos, no sentido de perceber qual o tipo de cenário que traduzem.

Elsa Costa e Silva, professora da Universidade do Minho, é uma das investigadoras que mais tem analisado esta questão e para quem a ideia de crise dos média, que tão interiorizada está nas mais variadas narrativas, tem, no fundo, servido de argumento para levar a cabo as mais diversas reestruturações do setor, incluindo cortes nos salários e nos recursos humanos, e ainda para minimizar a desaprovação pública de tais estratégias empresariais (Silva, 2015). A mesma investigadora assinala, aliás, contrariando as tais

narrativas dominantes, que “o universo dos média tem vindo a subir, não apenas no que se refere ao número de canais, mas também no que respeita aos montantes envolvidos (2015, p. 49).

Olhando para a nova ecologia mediática, especialmente marcada pelas redes sociais, considera que os cidadãos não são melhor servidos, no plano informativo, através dessas plataformas, as quais vêm implicando uma constante adaptação de todo o setor mediático a novas regras de mercado (Fenton, 2011, *apud* Silva, 2015). Daí que o atual modelo de negócio, “juntamente com as crescentes pressões comerciais”, esteja “a desvalorizar a procura do jornalismo noticioso que é do interesse público e que tem impacto em particular sobre a recolha de notícias originais e reportagens investigativas, bem como sobre notícias locais” (Fenton, 2011, *apud* Silva, 2015, p. 49).

A mesma professora, especialista em economia política da comunicação, suporta o seu raciocínio nos dados da ERC: entre 2009 e 2011 o grupo Cofina registou lucros em todos esses três anos e, no entanto, foi responsável pela redução de 15% dos jornalistas despedidos ou a quem foi proposta cessação de contrato. O mesmo se passou com a Media Capital (à época ainda com uma significativa participação do grupo espanhol Prisa) que embora tenha visto, em igual período, as suas receitas diminuírem de 244 milhões de euros para 193 milhões, ainda conseguiu, mesmo assim, apresentar lucros. Porém, despediu 7,5% dos seus profissionais (Silva, 2015).

Números mais recentes reforçam essas tendências e raciocínios. No relatório de gestão da Cofina (*CMTV, CM, Sábado, Record*) apresentado em dezembro de 2020, esta afirmava ter iniciado o ano “excepcionalmente bem, tanto ao nível do segmento imprensa, como do segmento televisão”, previsão que no final, apesar dos resultados positivos, decresceram por causa da pandemia. No final de 2021, no entanto, o resultado líquido consolidado situava-se nos 4,2 milhões de euros (um crescimento de 165,9% face a 2020), sendo que “as receitas totais ascenderam aos 75,8 milhões de euros, o que corresponde a um crescimento de 6,2% em relação ao ano anterior”, segun-

do refere o documento. Os custos operacionais, na ordem dos 61 milhões de euros incluem 1,8 milhões “resultantes de indemnizações fruto da implementação do plano de reestruturação do grupo”. A Cofina reduziu, ainda, durante 2021, a sua dívida líquida em 6,2 milhões de euros.

O Relatório único de gestão da Impresa (*SIC, Expresso*) de 2021, assinalava que os lucros do grupo tinham crescido 12,5%, o que correspondia a um montante de 12,6 milhões de euros, “o melhor valor desde 2007”, ao mesmo tempo que reduzia a dívida líquida em 14,2 milhões de euros. Ainda em 2021, as receitas globais da Impresa atingiram os 190,2 milhões de euros, o que significou um crescimento de 6,8% face ao ano anterior.

A Media Capital (*TVI, CNNPortugal*) no seu relatório de gestão de 2021 informa que o grupo “atingiu os 157,7 milhões de euros de rendimentos operacionais, o que representa um crescimento de 15% face a 2020”. Mesmo assim, o resultado líquido foi de menos 4,1 milhões de euros, cerca de um terço abaixo do valor do ano anterior. Em fevereiro de 2022 a Media Capital vendeu a um grupo alemão (Bauer Media Audio Holding GmbH) a totalidade das ações referentes ao seu setor rádio e respetivas subsidiárias por um montante de 69,6 milhões de euros, estimando a sua administração, no mesmo relatório de contas, “uma mais-valia nas contas consolidadas do Grupo próxima de 50 milhões de euros”. A exceção é a Global Media (*DN, JN, TSF*) que em 2020, segundo o portal da transparência da ERC, deu um prejuízo de 17,7 milhões de euros. Em 2019, as empresas do grupo, no total, já tinham dado prejuízos na ordem dos 7,6 milhões de euros. A Rádio Renascença deu, em 2020, prejuízo pela primeira vez: 2,8 milhões de euros, circunstância a que não será alheia a pandemia.

No caso da RTP, a maior empregadora do setor, os resultados têm vindo a melhorar, desde há sete anos, com os lucros a ultrapassarem os três milhões de euros, em 2020, num ano em que as receitas globais ascenderam aos 219,9 milhões de euros. “Os resultados líquidos acima da média”, afirmou em comunicado a administração da empresa, vão permitir “o reforço dos capitais próprios”. Ainda em 2020, a dívida bancária diminuiu cerca de

um milhão de euros. Em 2021, a RTP manteve a sua trajetória de lucros embora estes tenham descido face ao exercício anterior, para os 985 mil euros, não obstante as receitas terem subido para a casa dos 223,2 milhões de euros. Apesar desta tendência favorável, em março de 2023 a empresa ainda mantinha cerca de duas dezenas de jornalistas sem contrato de trabalho (vigorava o conhecido recibo verde).

Indignidade salarial dos jornalistas

Ao invés da generalidade destes bons resultados financeiros por parte dos diversos grupos, estão as condições salariais dos jornalistas. Em 2018, numa conferência realizada no âmbito do Dia Mundial da Liberdade de Imprensa, a presidente do sindicato dos jornalistas à época, Sofia Branco, denunciou a “indignidade” dos salários dos jornalistas, um terço dos quais recebia, então, menos de 700 euros líquidos mensais. Na mesma sessão, o investigador do ISCTE-IUL, Miguel Crespo, autor de um inquérito aos jornalistas portugueses, referiu que cerca de 90% dos profissionais consideram o seu trabalho cada vez mais precário e que 64,2% já tinham pensado em abandonar a profissão.

Em 2015, a direção do sindicato alertava já para o facto de 43% dos jornalistas com contrato auferirem um salário mensal inferior a mil euros. Na sua tese de doutoramento, onde este tema é alvo de um estudo e análise detalhadas (suportado por um dos mais exaustivos inquéritos feitos à classe), João Miranda não apenas concorda com esse retrato — que é, em parte, confirmado por uma análise ao Quadro de Pessoal, do Gabinete de Estratégia e Planeamento, do Ministério do Trabalho, Solidariedade e Segurança Social —, como alerta para a circunstância de tais dados reafirmarem “o pendor descendente dos valores remuneratórios globais”, ao mesmo tempo que “uma análise mais aprofundada destes indicadores sintomatiza uma relevante assimetria das condições de trabalho dos jornalistas no interior da profissão, porquanto transparecem marcadas disparidades salariais internas” (Miranda, 2018, p. 229).

Para este professor da Universidade de Coimbra não há a menor dúvida, por outro lado, quanto à existência de focos de sobre-exploração do trabalho, consequência, entre outros fatores, do esvaziamento das redações. Mas não só: “a transferência dos direitos de propriedade intelectual dos jornalistas para as empresas de mídia, que replicam e reproduzem conteúdos entre meios do grupo, sem qualquer benefício para o profissional” (Miranda, 2018, p. 229) constitui outra das faces da exploração anteriormente referida.

Os dados apresentados no estudo levado a cabo por João Miranda, “pendem, assim, para corroborar o paradigma da desestabilização dos vetores das condições de trabalho, alavancado por critérios de degradação das relações formais de emprego, desordenamento das condições salariais ou aproveitamento abusivo do trabalho” (2018, p. 237), não havendo, por outro lado, a menor dúvida de “que a precariedade assume particular dimensão entre os setores mais jovens da profissão” (2018, p.233).

É, pois, tão evidente quanto público o cenário de degradação progressiva da profissão. Em dezembro de 2014, um comunicado do Conselho Deontológico do Sindicato dos Jornalistas dava consistência aos maiores receios, ao considerar que “as condições de exercício do jornalismo no período 2010-2014 agravaram-se com implicações no domínio ético-deontológico”. Segundo o mesmo documento, o exercício do jornalismo tem sido nos últimos anos, “impulsionado por uma orientação estratégica dos média centrada em transformar a informação em mercadoria, com o intuito de produzir espetáculo mediático e assegurar audiências e vendas. Esta perspectiva – sustenta ainda o Conselho Deontológico – conduziu gradualmente o jornalismo à situação de refém do interesse de fontes organizadas e à mercê da duvidosa qualidade de uma informação que se pretende vendável”. É diante de cenários desta natureza que Nichols & McChesney reiteradamente afirmam que “o jornalismo é continuamente sacrificado no altar do lucro” (2013, p. 190).

Nada, afinal, que Gabriel García Márquez não tivesse anos antes, por palavras diferentes, denunciado no discurso que realizou em outubro de 1996, em Los Angeles, na Sociedade Interamericana de Imprensa, onde a certa altura afirmou:

um ponto crítico é que o esplendor tecnológico das empresas não corresponde às condições de trabalho, e menos ainda aos mecanismos de participação que fortaleciam o espírito do passado. A redação é um laboratório assético e compartimentado, onde parece mais fácil comunicar com os fenómenos siderais do que com o coração dos leitores. A desumanização é galopante. Da carreira, que sempre esteve bem definida e demarcada, não se sabe hoje onde começa, onde acaba e para onde vai (Márquez, 2015, p. 124).

A par com o entusiasmo e investimento nas novidades tecnológicas, há uma perda clara e inequívoca da dignidade com que a profissão é vista pelos empresários dos média, de que as vulnerabilidades contratuais consubstanciadas numa precarização crescente aliadas a políticas de baixos salários e deficientes condições de trabalho constituem a ponta de um perigoso iceberg, no sentido em que um jornalismo mais fragilizado e menos independente em nada fortalece a vida em democracia.

Aquela que ao longo dos anos foi sendo considerada uma atividade de grande responsabilidade social e que por força da sua crescente exigência profissional motivou aprendizagens especializadas e formações académicas superiores, olha agora para os jornalistas — suas condições salariais e laborais — como se eles fossem mão de obra indiferenciada. Claro que há, haverá sempre, honrosas e felizes exceções. Como é também evidente que ao lado de empresas e grupos com resultados líquidos positivos sobrevivem muitas — designadamente os média regionais — com enormes dificuldades.

O mesmo se aplica aos que têm na versão impressa a sua única forma de chegar aos respetivos públicos. Nestes casos, o cenário é desolador, quando se sabe, em função do alerta lançado em novembro de 2022 pelo presidente da Associação de Imprensa, João Palmeiro, em declarações ao *Meios & Publicidade*, que as tiragens diárias dos jornais diminuíram 1,5 milhões nos últimos 14 anos, ao mesmo tempo que se perderam mais de três mil pontos de venda nos últimos anos — 66% por cento das freguesias portuguesas, onde residem cerca de dois milhões de pessoas, não possuem um único lugar onde se possa comprar um jornal.

Coexistem, portanto, várias realidades num setor que, de forma muito simplista e redutora, é em regra visto e apresentado como se fosse uma entidade homogénea. Claro que, em tese, quanto mais robusta financeiramente for uma empresa mediática, mais facilmente ela pode resistir a pressões externas e garantir melhores condições de liberdade aos seus profissionais. O seu próprio poder será igualmente maior ou menor em função do quadro empresarial em que estiver inserida, o que implica que se atenda e perceba qual o valor e sentido estratégico da área jornalística nesse mesmo contexto. Por outro lado, como já vimos, nem sempre uma boa saúde financeira tem uma tradução direta nas folhas salariais e condições laborais dos jornalistas.

Diante deste panorama, que olha para o jornalismo e os jornalistas como meros executantes de uma imensa orquestra, cujo trabalho, por sua vez, apenas é visto segundo a perspetiva da rendibilidade e não da riqueza e qualidade do repertório, ocorre citar a estória que António Cartaxo⁶ contou no seu programa na *Antena 2* — “Histórias de música e outras” — em 18 de agosto de 2013 e que é uma excelente parábola sobre o modo como o jornalismo e as redações são reiteradamente olhadas:

Um ministro de certo governo recebeu um bilhete com o convite para ir ouvir a “Sinfonia Incompleta”, de Schubert. Pouco dado à música clássica passou-o a um colega da área das Finanças, pedindo-lhe que depois lhe entregasse um memorando para que ficasse inteirado da audição e não passasse por ignorante e poder, assim, falar sobre a “Sinfonia Incompleta”, de Schubert. No dia seguinte recebeu o memorando, que dizia: *durante períodos mais ou menos longos os quatro oboístas não tocaram — o naipe de oboés devia ser reduzido a um só instrumentista e o seu papel na sinfonia distribuído por toda a orquestra, eliminando, assim, períodos de inatividade.*

6. Radialista falecido a 5 de janeiro de 2023, António Cartaxo dedicou grande parte do seu percurso profissional à difusão de música erudita. A *Antena 2* foi a sua casa ao longo de quatro décadas. Em 1963 entra para a BBC, onde vai ficar durante os 13 anos seguintes. Em 1976 ingressa na rádio pública portuguesa. Pelo meio, foi ainda leitor de português na Universidade de Varsóvia e professor na Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, durante 20 anos.

Os 12 violinistas tocavam notas idênticas: parece-nos tratar-se de uma duplicação desnecessária e o pessoal desta secção deveria ser drasticamente reduzido. Caso seja necessário um grande volume de som, poderá conseguir-se isso através de um amplificador eletrónico.

Desenvolveu-se um esforço considerável ao longo da execução, para tocar as semifusas; em meu entender, trata-se de um requinte excessivo, sendo aconselhável que as semifusas passem a fusas. Seria então possível utilizar estagiários e operadores de categoria inferior. Não serve qualquer fim útil repetir nas madeiras aquilo que já se ouviu nas cordas; se todas essas passagens supérfluas fossem eliminadas, em vez de durar 22 ou 23 minutos, a Sinfonia poderá ser executada em 12 minutos. A bem da austeridade, se Schubert tivesse tido em atenção todos estes pormenores ter-lhe-ia sido possível completar a Sinfonia.

Muitos jornalistas e várias redações têm sido vítimas de decisões e opções aparentemente inspiradas em memorandos desta natureza e alcance. Tais casos não configuram, todavia, as clássicas dissensões laborais, uma vez que as fragilidades do jornalismo estão longe de corresponder e poderem ser interpretadas como meros problemas setoriais ou corporativos. De uma forma mais ou menos direta, eles também nos tocam, como cidadãos, porque o que está em causa, em última instância, é a qualidade da vida democrática, em cujo seio o jornalismo joga um papel determinante. Aspeto, aliás, que embora muito presente ao longo de todo livro, está particularmente em foco nos capítulos que se seguem.

INTERMITÊNCIAS DA DEMOCRACIA

A democracia é o reino do excesso e por isso é tão fácil aos seus inimigos insinuarem aproximações para a sabotarem e fazer implodir. O jornalismo, cujo percurso se fez em grande parte a lutar por causas da liberdade, é um aliado estratégico da democracia. Se assim for, quer dizer que ele contribui para o seu reforço e defesa da sua qualidade. Porém, os níveis de confiança nos políticos têm vindo a baixar na maioria dos países ocidentais (Giddens, 2010), fenómeno que frequentemente é visto como consequência dos ataques e acusações que os média lhes movem — a eles e às instituições do estado democrático. Estará o jornalismo cansado de tanta liberdade?...

7. O JORNALISMO ENQUANTO DEMOCRATA RADICAL

À direita não se deve contrapor uma fantasia mas sim outra descrição da realidade que seja melhor. Porque a realidade não se refere apenas ao meramente factual, mas também a um conjunto de possibilidades de ação que ganham luz consoante a perspectiva com que se olha para elas. A batalha não se ganha com apelos genéricos para outro mundo mas sim na luta por descrever a realidade de outra maneira.

Daniel Innerarity, *A política em tempos de indignação*

“Qual será o estado da sociedade e da política da nossa república dentro de 70 anos? (...). Conservaremos um governo baseado na Constituição e na igualdade de todos os cidadãos perante a lei e na pureza da Justiça, ou seremos governados pelo dinheiro ou pela mafia?” (Pulitzer, 2011, p. 108).

Há mais de um século, depois de ter feito a doação que permitiu a criação, em 1912, da Escola de Jornalismo na Universidade de Columbia, em Nova Iorque, Joseph Pulitzer questionava-se num extenso artigo, posteriormente convertido em livro, acerca da função do jornalismo e das relações deste com a sociedade, numa palavra, no funcionamento da democracia. Para o bem comum, considerava ele, a nossa república e a imprensa avançarão ou caem juntas.

Quase 100 anos depois, James Carey, investigador e professor dessa mesma Universidade de Columbia, entende que “jornalismo e democracia querem dizer

a mesma coisa”¹, num artigo em que recupera algumas ideias anteriormente desenvolvidas em “Afterword: The culture in question” (1997), para discorrer sobre as muitas pontas que o livro *Rich media, poor democracy: communication politics in dubious times*, de Robert McChesney, suscita, ao problematizar o papel — por vezes paradoxal — dos média (e do jornalismo) nos tempos de incerteza já palpáveis no início deste século, quando a obra foi editada.

Em fevereiro de 2022, o *Washington Post* anunciou a constituição de uma nova equipa editorial, intitulada “Democracy team”, cujos “repórteres de democracia” vão ter por missão cobrir melhor os processos eleitorais e os órgãos legislativos locais, no sentido, como salientava o jornal na sua edição de 22 de fevereiro de 2022, de expandir o olhar e a cobertura à democracia na América. Para o efeito, foram criadas novas representações do diário, nos estados da Geórgia, Arizona e “upper” Midwest. Tal decisão, como escreveu o investigador Dan Gillmor na sua conta do Twitter, é potencialmente o movimento mais importante do jornalismo atual.

A pergunta colocada por Pulitzer ganha, assim, uma renovada força e atualidade. A resposta, em seu entender, estaria na qualidade da educação recebida, em especial através dos textos e da informação veiculada pelos jornais. A rádio não era ainda o meio que viria a ser nos anos seguintes após o final da I Guerra, a televisão e a internet pertenciam ao domínio dos devaneios científicos, os navios eram o único meio de transporte entre continentes e de longo curso, e o uso do telefone a grande novidade tecnológica nas redações para as comunicações à distância. A imprensa afigurava-se, assim, como o meio de informação (e de instrução) acessível às massas e destinado a contribuir para o seu esclarecimento e amadurecimento cívico e político, como alguns anos mais tarde John Dewey viria a defender: o sucesso da imprensa e da democracia está intimamente ligado, porque dependem uma da outra.

1. Nieman Reports: “Journalism and democracy are names for the same thing”: <https://niemanreports.org/articles/journalism-and-democracy-are-names-for-the-same-thing/>

É nesta perspectiva que interpretamos as preocupações e chamadas de atenção de James Carey, quando se refere às práticas sociais tendentes a capacitar o cidadão para uma melhor e mais consciente participação na vida e nos destinos do respetivo país. Em seu entender, tal processo de construção de cidadania não pode ser alheio ao papel desempenhado pelos média, em particular pela ação e presença das notícias no quotidiano desse mesmo cidadão. Daí considerar que jornalismo e democracia são palavras que querem dizer a mesma coisa. Tal significa a existência de uma relação dialética entre essas duas entidades, sendo que no coração do conceito de democracia estão os cidadãos, cada um de nós afinal, sem cuja ação a vida democrática é vazia, fria, inexistente.

Para James Carey isso quer dizer que as dimensões operativas de jornalismo e democracia se situam no mesmo plano, uma vez que a democracia corresponde à ideia de comunidade politicamente organizada, a qual só é possível através da ação e do discurso dos cidadãos. Ao invés do pensamento que considera a democracia uma impossibilidade sem a presença do jornalismo, como defende Rosen (1997), James Carey considera que é a existência prévia de uma vida pública aberta e rica a melhor garantia para que a cláusula de imprensa livre funcione a favor dos cidadãos, o que equivale por dizer que é nessa condição que o jornalismo será capaz de realmente melhorar o corpo e a ação da política.

Convém ter presente que para Carey as noções de “comunicação” e de “comunidade” são inseparáveis, porquanto em seu entender a ideia e o ato de comunicar não se circunscrevem à mera intenção de transmitir uma informação. Para ele, a comunicação processa-se num dado contexto cultural, entendimento esse que, a partir da releitura que vai fazer da obra de John Dewey, considera, como este, que a vida em sociedade não existe apenas pela transmissão e pela comunicação, pelo que talvez seja mais adequado dizer que ela existe, verdadeiramente, “na transmissão e na comunicação” (Dewey, 1916 *apud* Carey, 2009, p. 11).

Complexidade da vida democrática

Escrito numa época dominada ainda pelo paradigma da comunicação de massas — a 1ª edição de *Communication as culture: essays on media and society* é de 1989, porém seguimos a versão revista, de 2009 — e especialmente focado na realidade norte-americana, o olhar de Carey aproxima-se aqui da visão de serviço público que Hallin e Mancini (2004) descortinam em certas práticas jornalísticas, não obstante estes mesmos autores considerarem que o capital de autonomia dos respetivos profissionais é clara e substancialmente inferior à atividade de algumas profissões liberais, como, por exemplo, os médicos e os advogados. Claudio Abramo, em *O jornalismo e a ética do marceneiro* chega mesmo a afirmar que “a liberdade de imprensa só é usada pelos donos das empresas”, uma vez que que “a liberdade de opinião do jornalista tem como limite a orientação do jornal” (2002, p. 116).

Em *Comparing media systems* sobressai, de resto, a ideia da complexidade do trabalho jornalístico, alvo de influências várias e exposto à interferência — e até controle — por parte de atores externos à respetiva organização. Há que ter presente, ainda, que sob o manto genérico de “jornalista” se albergam funções e categorias profissionais diversas, como redator, editor, grande-repórter, free-lancer, etc. Quer dizer que o nível de autonomia individual e até de influência e de escuta no interior da respetiva organização e no contexto profissional varia consoante os casos e as situações. Donde, a liberdade jornalística, de acordo com o respetivo quadro hierárquico, é uma liberdade enquadrada, a qual, por sua vez, está intimamente ligada a “um grau variável de autonomia interna (Mathien, 1992, *apud* Cornu, 1994, p. 291), que tem implícita uma ideia de poder profissional e de decisão. Acresce, ainda, que a cultura editorial de cada *medium* e o seu músculo financeiro jogam também um papel determinante em todo este complexo processo de trabalho e ação.

Estes aspetos, de que nos ocupamos detalhadamente em outro capítulo, relevam a complexidade não apenas da instância aqui designada por “jornalismo” ou por “mídia noticiosos”, como, ainda e sobretudo, o seu relacionamento e papel desempenhado no quadro da vida democrática. Até

onde e de que forma aqueles dois eixos se intercetam? que limites, se os há, existem entre eles e como nos informa o jornalismo acerca da democracia em que ele e nós habitamos? Até que ponto os média, como pergunta Kent Asp (2007) são uma ameaça à democracia, porque “a imagem que nos é transmitida é a de políticos em que não se pode confiar e instituições que não funcionam”, como anteriormente já havia assinalado Thomas Patterson (2002, p. 39), com base em pesquisas realizadas em países tão distintos como Estados Unidos, Inglaterra, Itália, Alemanha e Suécia, onde “o conteúdo das notícias sobre políticos, as instituições políticas e o funcionamento do governo é cada vez mais negativo” (2002, p. 39)?

Consequentemente, assiste-se ao crescimento de um sentimento de desconfiança dos cidadãos nas instituições públicas. Em sentido contrário, Doris Graber, que Kent Asp também cita para realçar a complexidade do tema, chega a conclusões mais positivas, designadamente no que se refere à adequação dos media às necessidades informativas dos públicos e ao modo judicioso como estes depois as usam. A explicação para esta diferença entre as conclusões mais pessimistas e mais positivas, esclarece Asp, reside na “função que os diferentes investigadores atribuem aos meios de comunicação social e às expetativas normativas que lhes atribuem” (2007, p. 32) no mundo atual da “satisfação do imediato”, como Daniel Innerarity (2016, p. 315) classifica o comportamento dos media e da política. Tudo isto, como alerta Anthony Giddens, num quadro em que “na maioria dos países ocidentais os níveis de confiança nos políticos têm vindo a decrescer nos anos recentes” (2010, p. 72) e de que os constantes níveis elevados de abstenção eleitoral é um sintoma evidente dessa enfermidade de participação democrática.

Na visão proposta por Dewey, que assentava numa paisagem mediática muito diferente da atual, as questões ou os problemas relacionados com a comunicação correspondem ou estão ligados, no fundo, a problemas da respetiva comunidade, no sentido em que eles fazem parte dessas mesmas comunidades que construímos e nas quais habitamos e vivemos. Várias décadas depois, Brian McNair sustenta, a este respeito, que não basta haver uma informação livre e de qualidade para que as opções e escolhas dos

cidadãos sejam as mais acertadas. Na verdade, “muitas escolhas democráticas são feitas com base no preconceito e na ignorância” (McNair, 2009, p. 238), o que significa que as motivações expressas através dos diferentes atos e momentos de decisão democrática correspondem ou são determinadas por razões as mais diversas e muitas vezes feitas de forma pouco racional.

Ainda assim, de acordo com o mesmo McNair, o ideal democrático, numa perspectiva normativa, implica uma opção informada, para a qual o trabalho do jornalismo constitui um dos principais pilares. Tal entendimento aproxima-se do pensamento de Dewey, que em *The public and its problems* (1927²) aprofunda a sua ideia de comunicação ensaiada em obras anteriores, onde a considera já como sendo um processo social de partilha de experiências. As suas primeiras abordagens situam a comunicação no âmbito das práticas pedagógicas, embora seja um dos primeiros autores a empregar a expressão “meios de comunicação” (means of communication), em *The school and the society* (1899³), em cuja obra reflete sobre as mudanças enormes que a sociedade (norte-americana) da época enfrenta a vários níveis e perante as quais o ensino e a escola — como Pulitzer tanto evidenciava — não podiam ficar indiferentes e muito menos ignorar as transformações em curso. Desafios, afinal, que hoje se nos colocam em todas as frentes.

O maior de todos, do ponto de vista da nossa vida em comunidade, será a preservação e aprofundamento do estado democrático e daí esta indagação acerca do jornalismo, da sua relação com a polis e o que ele representa no quadro do pulsar coletivo. Genericamente, vem fazendo escola a ideia que estabelece uma estreita ligação entre ambos, como se houvesse apenas um modelo jornalístico e este apenas pudesse existir em democracia, mitigando-se as diversas circunstâncias, conjunturas e quadros políticos e económicos em que ele é exercido.

2. A edição que consultamos e seguimos é a de 1988.

3. O livro reúne um conjunto de palestras de Dewey, filósofo pragmatista, nas quais defende a estreita ligação entre a educação e o fortalecimento da democracia, ideias que constituem um traço essencial do seu pensamento. Publicada originalmente em 1899, a edição que seguimos é de 2008.

Autoritarismo e democracias fragilizadas

Em *Four theories of the press*, Siebert *et al* (1963) propõem uma categorização — “The Authoritarian, Libertarian, Social Responsibility and Soviet Communist” — mais preocupada em procurar perceber as relações e tensões entre os média e os poderes políticos, ou seja, os respetivos governos, do que entre aqueles que produzem a informação e os seus públicos. Escrito no auge do período da Guerra Fria, o livro⁴ — muitas vezes referenciado como contendo as teorias normativas do jornalismo — reflete essa forma bipolar de ver e entender o mundo. Tais lentes de análise e de observação estão claramente desfocadas face aos múltiplos e diversos caminhos entretanto percorridos, em especial no que toca à complexidade do atual ecossistema mediático — e à mudança de paradigma da comunicação de massas para comunicação em rede —, à sua relação com os diversos poderes e, até, tendo em conta os modelos de organização de cada empresa jornalística. Aquilo que a generalidade dos estudos posteriores vieram dizer, na esteira da categorização de análise proposta por Siebert *et al* (1963), é que os sistemas de governo democrático proporcionam todo um ambiente de abertura e de liberdade à circulação de informação e de ideias, ao passo que os regimes autoritários (e ditatoriais) impõem limites rígidos e um controle apertado a essa mesma ação dos média. Sem prejuízo de ser verdade que qualquer regime autoritário e ditatorial exerce uma apertada vigilância sobre a respetiva esfera pública com inevitáveis consequências sobre a perda de qualidade da informação e da sua livre capacidade de afirmação e de expressão, é preciso não encerrarmos o debate e análise do fenómeno num maniqueísmo simplista e apressado. Não é suficiente que os governos proporcionem as possibilidades de uma informação livre e diversa; quando tal é verdadeiramente fomentado e possibilitado, é fundamental que os média desempenhem o papel-chave de escrutinar o poder político e de manter os cidadãos devida e adequadamente informados sobre questões da coisa pública, ao mesmo tempo que incrementam o debate através de uma pluralidade de vozes e de pontos de vista. O melhor é apresentar números para

4. A 1ª edição é de 1956 e teve várias edições ao longo das décadas seguintes.

mostrar como o tema, além de complexo, parece caminhar em sentido contrário à percepção que por norma se tem sobre a questão da democracia e da liberdade, especialmente quando se parte do princípio que elas são um bem adquirido e totalmente garantido.

O Relatório Global sobre o Estado da Democracia elaborado pelo Instituto Internacional para a Democracia e Assistência Social (International IDEA) com sede em Estocolmo, divulgado em novembro de 2021, revela que mais de dois terços da população mundial vive em regimes autoritários ou em democracias fragilizadas. O Relatório, que mede o desempenho democrático de 158 países desde 1975, assegura que o mundo está a ficar mais autoritário, em consequência da perda de terreno por parte dos governos democráticos, muitos deles recorrendo a práticas repressivas contrárias ao Estado de Direito. O mesmo documento mostra que o número de países em transição para o autoritarismo superou, em 2020, o número dos que estão a caminhar em direção a uma democracia. Na última década duplicou o número de países democráticos onde se verificaram retrocessos nos parâmetros avaliados. Estados Unidos e países da União Europeia como Hungria, Polónia e Eslovénia são exemplos desse claro agravamento. Portugal foi o único país da Europa ocidental que registou uma queda em três dos parâmetros avaliados: ausência de corrupção, independência judicial e igualdade perante a lei. O mesmo documento regista a emergência de vários movimentos cívicos pró-democracia, designadamente no Sudão, Bielorrússia, Cuba e Myanmar, mas o tomo geral da avaliação é de indesmentível preocupação, face aos sinais de alarme que soam, desde a América Latina, região da Ásia Pacífico, África e Europa de Leste.

Para adensar este clima geral desfavorável, dados de uma investigação levada a cabo pela campanha global *KeepItOn*, que congrega 282 organizações de mais de uma centena de países, lideradas por *Acces Now*, revela que só em 2021 foram registados 182 incidentes relacionados com bloqueios à Internet, em 34 países, 14 dos quais em nações africanas. Eis alguns exemplos: a 13 de janeiro de 2021, na véspera das eleições presidenciais no Uganda, a Internet foi bloqueada; em março do mesmo ano, na República do

Congo, houve igualmente o que foi designado por um bloqueio “preventivo” durante a campanha (sem críticas) de que resultou a reeleição do presidente Denis Sassou-Nguesso. Situações idênticas verificaram-se no Chade, Níger, Zâmbia e Etiópia, entre outros países.

A um outro nível, mas não menos preocupante, porque se trata de colocar a tecnologia ao serviço de práticas contrárias à liberdade, sobressaem os casos de 13 líderes mundiais, jornalistas e ativistas dos direitos humanos, alvo de vigilância ilegítima e abusiva por parte da empresa israelita NSO. A notícia foi dada na edição de 23 de julho de 2021, pelo *The Guardian Weekly*, dando conta de que entre os vigiados contava-se o presidente francês Emmanuel Macron e o antigo presidente da África do Sul. A mesma investigação jornalística referia-se ao abuso contínuo de um sistema de vigilância ilegal da referida empresa, designado *Pegasus*, alegadamente usado apenas contra o terrorismo, mas que vários média europeus, com especial destaque para o *The Guardian*, denunciavam como sendo uma prática que ia muito para lá das intenções anunciadas pela NSO.

Perante todos estes cenários e o que eles indiciam do ponto de vista político e ideológico com evidentes e preocupantes consequências para a boa saúde da vida em democracia, Jeff Jarvis escreveu na sua conta do Twitter, em agosto de 2022, que ao contrário do que frequentemente se diz “não temos um aumento na polarização”, conceito, aliás, que muitas vezes traduz “um enquadramento preguiçoso, incompleto, enviesado, prejudicial e covarde”. Para J. Jarvis, o caso é muito mais grave e sério: “temos é um aumento do autoritarismo, do fascismo, do racismo flagrante e da prevaricação jornalística”, a qual, incorretamente, “usa termos como polarização”.

Jornalismo e democracia

Maira Vaca-Baqueiro, professora na Universidade do México, revisita e recupera o ponto de partida de análise feito há seis décadas por Siebert *et al* (1963) para nos propor, em *Four theories of the press: 60 years and counting*, uma análise mais exigente e atual, no sentido em que supera a dicotomia

antiga em que repousava a literatura clássica. Indo além do contexto bipolar influenciado pela conjuntura geopolítica na qual Siebert *et al* (1963) desenvolveram as suas ideias que acabaram por determinar o aparecimento de outras visões semelhantes, Vaca-Baqueiro (2018) enriquece a complexidade da discussão, ao destacar que não basta tipificar os diversos quadros políticos. Mesmo no interior de regimes democráticos, a diversidade das suas realidades conduz a cenários diversos, de que o quadro dominante de exercício do jornalismo e as suas relações com o poder político (mas também com o económico e com o religioso, para apenas referirmos estes) mostra como esse quadro relacional não pode circunscrever-se à visão simplista e simplificadora que durante décadas fez escola. O mesmo pode afirmar-se, na ótica da mesma investigadora, relativamente aos regimes autoritários. Por outras palavras, é manifestamente insuficiente e empobrecedor discutir a questão limitando-a às diferenças entre democratas e ditadores. Donde, qualquer diagnóstico sobre este fenómeno tem de ir além da velha dicotomia autoritarismo *versus* liberalismo. Não apenas por causa da complexidade e nuances que tais quadros político-ideológicos assumem, mas também porque uma sociedade liberal, *de per si*, não produz automaticamente um jornalismo independente. E de qualidade.

Isso mesmo resulta evidente no estudo comparativo levado a cabo por Hallin e Mancini (2004) quando propõem uma tipologia baseada em três modelos de média face aos respetivos contextos políticos: 1) Norte Atlântico ou modelo liberal (Grã-Bretanha, Estados Unidos e Irlanda), caracterizado por um forte profissionalismo, por um desenvolvido mercado dos média e um fraco poder de intervenção estatal; 2) Modelo nórdico ou democrata (Bélgica, Países Baixos, Alemanha, Áustria e nações escandinavas) marcado por um forte profissionalismo e intervenção estatal, através de políticas públicas de apoio aos média, e a presença de um mercado mediático desenvolvido; 3) Modelo mediterrâneo ou pluralista polarizado (França, Espanha, Portugal, Grécia, Itália) caracterizado por uma profissionalização débil e forte intervenção do estado, ao mesmo tempo que apresenta uma imprensa diária pouco rica.

Assumindo de forma explícita as limitações do seu estudo, porque apenas contempla países ocidentais e negligencia o recurso a outros tipos de comparação e análise, Hallin & Mancini acabaram mais tarde por sublinhar a necessidade de realização de outras pesquisas que possam ir muito além dos três modelos propostos, mas que, apesar de tudo, foram ponto de partida para outros estudos comparativos entre o jornalismo e a comunicação política (Volmer, 2013; Strömbäck *et al*, 2008).

Katrin Voltmer, professora de Comunicação e Democracia na universidade de Leeds, presta especial atenção aos processos de transição democrática, designadamente, aos casos que se encontram em trânsito de um regime autoritário para um democrático. Estes momentos, em seu entender, têm sido misteriosamente negligenciados pela generalidade dos estudos, quando é da mais elementar relevância acompanhar e analisar os seus comportamentos. Isto é, perceber qual o papel e importância do jornalismo nesses processos de mudança, e até o seu contributo (ou ausência dele) nas respetivas lutas rumo à democracia. Por outro lado, se cada processo é a sua circunstância, como Ortega Y Gasset dizia do homem e dos seus contextos, então dir-se-á que cada realidade política e social é a circunstância dos seus média. Hoje, esse contexto, como Voltmer (2013) bem assinala, implica que se atenda ao ativismo dos cidadãos que já não dependem dos média, os quais perderam, entretanto, o monopólio da comunicação à distância e a larga escala. As redes sociais são agora um meio relevante de interação social, com uma dinâmica própria que amplia os níveis e possibilidades de participação cidadã e de intervenção pública, de que Castells (2015) nos dá um excelente fresco, em *Redes de indignación y esperanza*.

Em todo o caso, é aconselhável ter em conta que os modelos e experiências não são diretamente exportáveis e reproduzíveis fora do seu quadro original de ocorrência. Ao afirmar que a democracia é uma ideia, mas variadas e diversas são as vias para a encontrar e construir, Voltmer (2013) alerta para as especificidades de cada situação e para os riscos de *domestication* das normas e regras que por vezes são objeto de reinterpretações locais de modelos que deram certo em determinadas circunstâncias, mas que se

mostram desajustados em outros contextos. As realidades pós-coloniais, onde as estruturas institucionais são herdeiras do poder autoritário que as organizou, inserem-se nesse grupo de casos apontados por Katrin Voltmer. A mesma complexidade de análise encontramos nas relações entre os média e o Estado — expressão esta entendida por Voltmer como o conjunto das instituições através das quais o poder é exercido —, uma vez que a autoridade é praticada de forma diversa em regimes políticos semelhantes, e onde, apesar dessas similitudes, sobressaem também diferenças legislativas que determinam comportamentos e juízos igualmente diferenciados.

Michael Schudson, por seu lado, ao invés de James Carey, entende que democracia e jornalismo não são a mesma coisa e que a presença de um(a) não implica, necessariamente, a existência do outro. Em *Why democracies need an unlovable press*, o professor da Universidade de Columbia assume uma posição claramente oposta à do seu colega, quando afirma que embora aceite que “o jornalismo é crucial” nas modernas sociedades democráticas, tal não significa que ele, por si só, “produza ou providencie a existência de democracia” (Schudson, 2008, p. 11).

Na Grécia antiga não havia jornalismo, apesar da democracia, da mesma maneira que nas ditaduras — argumenta Schudson — onde a democracia está ausente, pode falar-se da presença de jornalismo. Nesta linha de pensamento, a emergência do jornalismo na América, quando ainda era um território colonial, precede a própria democracia, da mesma maneira que hoje se diz que a existência de jornalismo na China não faz deste país um exemplo de democracia e de liberdade de informação. Portanto, sintetiza Schudson, “a realidade é bem mais complexa e menos alegre” (2008, p. 11). E assim é, na verdade, porque na América colonial o primeiro jornal, *Public Occurances Both Foreign and Domestic* — publicado a 25 de setembro de 1690 — apenas teve a edição inaugural, porque as autoridades britânicas não gostaram do texto em que se insinuava a existência de um caso de incesto na coroa francesa, e por isso foi mandado encerrar. Proibições idênticas ocorrem hoje em países onde a liberdade de informação e a vida democrática são alvo de restrições, o que não impede, no entanto, a existência e circulação de vários

média. Mesmo olhando para o período da ditadura portuguesa que caiu em abril de 1974 ou para os anos do Estado Novo brasileiro e da sua posterior ditadura militar, em que a imprensa foi severamente punida e rigorosamente vigiada, o jornalismo não deixou de se praticar. Em todos esses casos, aliás, houve jornalismo que apoiou e foi um instrumento dos respectivos regimes autoritários, e houve imprensa que, à medida das suas capacidades, coragem e subtileza foi resistindo como podia. A mesma palavra e a mesma profissão podem, então, conhecer e afirmar-se segundo opções e atitudes muito diferenciadas.

Em 1690, na apresentação da sua tese doutoral, em Leipzig, o alemão Tobias Peucer defendia que “fazer jornalismo é essencialmente construir a história da vida diária”, na perspectiva de passar a “escrito a memória dos acontecimentos”, através dos jornais, cuja utilidade residia no facto de permitir às pessoas “conhecerem os actos e os agentes do poder” (Sousa, 2004, pp. 37-38). Ora, se o jornalismo, como começa por dizer Schudson (2008) com evidentes aproximações ao pensamento de Peucer, corresponde ao entendimento genérico que o define como a prática de produzir e disseminar periodicamente informações e comentários acerca de assuntos atuais de interesse público, então há que aceitar, como ele refere, que durante a ditadura chilena de Augusto Pinochet ou na Espanha de Francisco Franco houve jornalismo, apesar da inexistência de democracia. Se assim não for, como poderemos estudar e discutir a informação produzida em contextos políticos marcados pelo autoritarismo e pela ditadura? Como entender os respetivos quadros normativos da profissão e como enquadrar, por exemplo, a imprensa clandestina publicada como ato de resistência à censura ou de revolta face ao poder político contra o qual combate e que quer derrubar?

As causas do jornalismo em prol de melhor democracia

A história da imprensa e do jornalismo — no passado como no presente — está cheia de exemplos de confrontos e lutas contra as mais diversas formas de poder. Não há nada que irrite mais um governante — sobretudo quanto maior for o seu poder — quando a informação “se opõe aos seus fins ou

impede seus propósitos”, como lembra, a este respeito, Cebrián (2010, p. 23). Visto assim, o jornalismo não se circunscreve a um exercício profissional meramente formalista cuja função é (ou seria) a de um simples almocreve da comunicação. Convém não esquecer, ainda, que a própria liberdade de imprensa, que começou por ser uma luta pela liberdade de imprimir, potencializou os combates por outros direitos e liberdades pelos quais ela mesma se encarregou de lutar e foi imprescindível bandeira. Até Marx afirmava já nas suas jovens reflexões, que a imprensa em geral é a consumação da liberdade humana (2006).

O jornal *The Chicago Defender* (fundado em 1905), defensor dos direitos das comunidades afroamericanas e em cujas páginas eram denunciadas situações de segregação e de desigualdade, é um exemplo eloquente desse combate contra as injustiças e pela defesa intransigente da dignidade humana. Daí que, a partir do momento em que tais comunidades se sentiram traídas pelas políticas segregacionistas de Woodrow Wilson — cuja eleição haviam apoiado, apesar de ser filho de um capelão confederado e de ter reescrito alguma da história da guerra civil americana — o jornal não hesitou em o atacar de forma frontal. A exibição, na Casa Branca, do filme “Bird of a nation” foi a gota de água. Em “*The Defender: how the legendary black newspaper changed America*”, Etham Michaeli (2016) recorda esses tempos e os pormenores das críticas apontadas à ação de W. Wilson no Haiti e à perseguição ao líder revolucionário mexicano Pancho Villa. Um dos editoriais do *The Chicago Defender* publicado na primavera de 1916, segundo recorda Michaeli, em artigo que escreveu para a edição de 11 de janeiro de 2016 em *The Atlantic*, dizia mesmo:

Se o presidente Wilson está tão ansioso em dar lições de moral ao mundo, que comece por colocar o exército norte-americano no Sul e promova uma perseguição aos linchadores com a mesma intensidade das ações que está a levar agora a cabo, no México⁵.

5. Texto integral publicado em The Atlantic: <https://www.theatlantic.com/politics/archive/2016/01/chicago-defender/422583/>

Um dos lemas do jornal era dar voz aos sem voz, e o seu fundador, Robert S. Abbott, que acabou por vir a ser um dos primeiros milionários negros, sustentou a expansão e êxito do *The Defender*, ao dirigir para as comunidades isoladas e segregadas do Sul, a principal atenção e foco da respetiva linha editorial. À época, estava em causa a segregação racial e as ondas migratórias do Sul para o Norte, a que não eram estranhas as situações sociais graves e as relações laborais ainda marcadas por evidentes reminiscências escravagistas. Se estas questões não tivessem sido expostas pelo jornal de Chicago, dando voz a esses milhares de desesperados, as suas causas não teriam passado de meros acidentes de percurso numa sociedade onde a noção de democracia estava longe de olhar para todos os seus cidadãos como iguais entre si e perante a lei.

Etham Michaeli, que trabalhou em *The Defender*, entre 1991 e 1996, revisita na sua obra décadas fundamentais da história do jornalismo nos EUA e das suas relações com a política, sublinhando que Kennedy teria perdido se não fosse o apoio do *The Defender*, da mesma maneira que Truman também beneficiou da ajuda e conivência do mesmo jornal (Michaeli, 2016). Porém, aquilo que sobressai das páginas do livro, relativamente ao que nos conta acerca da ação do jornal, é já uma espécie de jornalismo cívico *avant la lettre* ou, se se preferir, um jornalismo comprometido com o seu tempo.

O mesmo se poderá dizer, em parte, de várias reportagens feitas na década de 1960, no auge da luta pelos direitos civis e de igualdade nos Estados Unidos. Renata Adler, autora da reportagem “Letter from Selma”⁶, publicada a 10 de abril de 1965 na *New Yorker*, é um desses exemplos, quando escreve sobre a célebre marcha liderada por Martin Luther King, de Selma para Montgomery. Os trabalhos de Albert Londres — que dá nome ao mais prestigiado prémio de reportagem em França — nos primeiros anos do século XX, quando a democracia como hoje a conhecemos ensaiava os primeiros passos, inserem-se também nessa linhagem de um jornalismo comprometido com grandes causas e problemas — não apenas nacionais.

6. Texto integral da reportagem: <https://www.newyorker.com/magazine/1965/04/10/letter-from-selma>

Maioritariamente publicadas no *Petit Parisien*, as suas reportagens tanto discutiam o impacto e consequências da revolução bolchevique (de que foi acérrimo crítico), como denunciavam as condições deploráveis nos asilos psiquiátricos, na colônia penitenciária de Cayena ou, ainda, as misérias relacionadas com o tráfico de mulheres argentinas destinadas aos bordéis de Paris. A reportagem sobre aquela penitenciária, cujas condições e tratamento desumano dos prisioneiros tem hoje o seu equivalente em Guantánamo (Rodríguez, 2014), suscitou uma onda de protesto popular de tal forma enérgico que o governo acabou por a encerrar definitivamente.

É a esta forma de fazer jornalismo que François Mauriac, Nobel da literatura em 1952, chamava de “literatura comprometida”, expressão e atitude que Sartre, num outro contexto, não desdenhava, quando colaborador da agência cubana de notícias, *Prensa Latina*, e nos artigos elogiosos que escreveu para o *France-Soir*, sobre Fidel Castro. No caso de Sartre o jornalismo era um instrumento de ação política e luta ideológica: “era preciso servir-se da imprensa, mas nunca a servir” (Daniel, 2009, p.40). Albert Camus tinha um entendimento diverso. Em editorial publicado no seu *Combat*, a 8 de setembro de 1944, intitulado “O jornalismo crítico”, problematiza já a perda de importância da verdade na informação face à pressa e velocidade em comunicar a notícia (tema que quase 80 anos depois está na ordem do dia), para (se) questionar acerca do papel do jornalista para com o seu público. Longe de pensar e praticar um jornalismo pretensamente neutro e cinzento — “preferiremos eternamente a desordem à injustiça” (Camus, 2001, p. 49) — ao jornalista e filósofo francês nascido na Argélia interessava-lhe olhar a informação numa perspetiva de cidadania. Não raras vezes, aliás, se auto-criticou publicamente em editoriais, porquanto entendia o espaço do jornal como uma verdadeira *Ágora*, onde, se necessário, não deixava de corrigir afirmações e certezas ditas anteriormente por si. A ideia de um jornalismo para a cidadania, que mais tarde vai estar em cena em debates e reflexões várias é, de certo modo, antecipado nos seus escritos dos anos 40, quando dirigiu o *Combat*:

Há vantagem em alertar o sentido crítico do leitor, em vez de se apelar apenas para o seu espírito de facilidade. A questão está apenas em saber se tal informação crítica é tecnicamente possível. A minha convicção é que o é (Camus, 2001, p. 32).

Mais pessimista, Antero de Quental em carta enviada em finais do século XIX ao seu amigo e diretor/proprietário do jornal *Gazeta Açoriana*,⁷ Henrique das Neves, manifestava-lhe o seu desalento e descrédito pela imprensa, argumentando que o público, lendo apenas o que lhe agrada, nunca favorecerá senão o que estiver à sua altura, e por isso o jornal, para durar, será sempre e necessariamente o espelho lisonjeiro do público e não o seu mestre severo (Quental, 2009). Mais de um século passado é nessa onda de (des)interesse e curiosidade que estamos, com os algoritmos a escolherem por nós aquilo de que mais gostamos e que corresponde inteiramente às preferências, gostos e convicções de cada um.

Lutas e contradições nas práticas jornalísticas

Não é, todavia, inevitável, que a imprensa seja apenas esse veículo que procura piscar o olho ao leitor dando-lhe a ler, de um modo simplista, aquilo que ele mais gosta e, sobretudo, da maneira que mais prazer e satisfação lhe dá, assim como a presença dominante da tecnologia no nosso quotidiano não nos impede — é até um fator potenciador e de incentivo — de sermos mais criteriosos e exigentes na escolha e procura de boa informação. Tal como quando a “yellow press” ou “yellow journalism” conheceu o seu auge e Randolph Hearst clamava ao seu correspondente em Cuba, Frederick Remington, que se limitasse a enviar imagens, que ele trataria da guerra, outros jornais e outros jornalistas evitavam ser esse “espelho lisonjeiro do público”, na conhecida expressão de Antero, praticando e assumindo outras opções informativas e noticiosas.

7. Sediado na ilha de S. Miguel (Açores), o jornal, fundado em 1883, teve apenas 12 edições. Por falta de leitores e especialmente por escassez de compradores, depressa cessou a atividade.

Ao contrário de Hearst que tudo fez para acirrar os ânimos e acelerar o conflito que os Estados Unidos vieram a protagonizar contra Espanha em solo cubano, para proveito do seu *New York Journal*, o britânico *The Times* mostrou uns anos antes como William Howard Russell⁸, o seu enviado especial à guerra da Crimeia, fora tão livre e independente nos relatos que enviou da frente de batalha, ao ponto de o príncipe Albert o ter chamado de “miserável escrevinhador” (Knightley, 1978, p. 23).

E em 1913, quando esteve a cobrir a revolução mexicana, John Reed fez sete extensas entrevistas com Pancho Villa, em Chihuahua, que publicou na revista *Metropolitan* e no *New York World*⁹ através das quais revelou aspectos desconhecidos da personalidade e caráter do revolucionário mexicano. Das entrevistas feitas por Reed sobressai, evidentemente, o lado cruel de Villa para com os rivais mas, ao mesmo tempo, são evidenciados outros aspectos, como o seu “lado bondoso e democrata, para quem estar do lado dele era estar do lado do povo” (Pericás, 2010, p. 22). Para John Reed, que foi um revolucionário, o trabalho jornalístico não visava ser um processo ou instrumento de confirmação das convicções e das ideias próprias, mas antes um caminho que iluminasse os acontecimentos sobre os quais escrevia ou, no caso de Pancho Villa, mostrasse através das entrevistas realizadas a complexidade e as contradições de um líder, que Hearst tratava como mera caricatura jornalística reduzida a alguns *clichés* e slogans, como o de “Napoleão mexicano” (Pericás, 2010, p. 20). O seu objetivo, portanto, foi ir além das aparências, das frases feitas e do consenso que via naquele líder uma figura patusca e risível, para procurar nele a essência do seu caráter e personalidade. Há nesta atitude de Reed, como já houvera nas páginas do *The Defender* e em muitas outras reportagens nos primeiros anos do século XX,

8. Em regra aponta-se William Russel como tendo sido o primeiro jornalista civil a escrever e a cobrir um conflito armado. Knightley (1978, 2004) considera que ele foi “o primeiro e o maior” correspondente de guerra, embora logo a seguir escreva que, provavelmente, o primeiro terá sido o correspondente do *Morning Press*, G.L. Gruneisen. Jorge Pedro Sousa (2008) aponta Edwin Lawrence Godkin, enviado do *Daily News* à Crimeia, um ano antes de Russell, o primeiro jornalista civil a cobrir uma guerra; porém, admite que o maior destaque e impacto das reportagens do repórter do *The Times* fazem com que ele continue a ser apontado como o primeiro repórter de guerra da história do jornalismo.

9. Adquirido em 1883 por Joseph Pulitzer — falecido em 1911 — o jornal era então administrado por seu filho, Ralph Pulitzer, que contratara Herbert Bayard Swope para diretor.

a materialização do que Lippman iria cunhar em *Public Opinion*, quando estabeleceu a diferença entre verdade e notícia: a função das notícias é sinalizar um acontecimento, a função da verdade é aclarar (“bring to light”) factos escondidos, relacioná-los e construir com eles um retrato da realidade, na qual permita que cada pessoa possa agir (Lippman, 1997).

Preocupação e posicionamento oposto foi o de George Wilkins Kendall, co-fundador do *Picayune*, histórico diário de Nova Orleães, que chegou a declarar guerra ao México e a incentivar, nas páginas do seu jornal, os Estados Unidos a estenderem o seu território ao país vizinho. Foi, na expressão de Manuel Leguineche, um “Hearst *avant la lettre*” (2017, p. 42).

Os exemplos não param: em 1887 Pulitzer contratou Nellie Bly — pseudónimo de Elizabeth Cochrane, visto que à época era mal visto e aceite que as mulheres jornalistas usassem profissionalmente o nome verdadeiro — com o estrito objetivo de investigar e escrever sobre pobreza e condições de trabalho e de habitação na cidade de Nova Iorque. Pouco mais de 20 anos depois nascia a *Time*, com novas preocupações editoriais, sem que isso beliscasse minimamente as publicações de perfil mais popular, sensacionalista e com menores exigências de rigor e de compromisso com as questões da cidadania e democracia. Como hoje sucede, em escalas diversas e segundo modelos de organização empresarial mais sofisticados, mas com sociedades mais alfabetizadas e profissionais academicamente mais bem preparados.

No caso de Portugal, por exemplo, nunca as redações tiveram tantos jornalistas com cursos superiores e tão bem preparados, fatores que em certa medida constituem um paradoxo face aos baixos salários auferidos, à diminuição de exigência na prevalência de critérios jornalísticos nas opções editoriais, e à sujeição destas aos humores e temperaturas das redes sociais. Quase sempre mais sensível aos apelos das audiências, do gosto pelo que é mais popular, pela contaminação do entretenimento na informação, o jornalismo tem vindo a enveredar por uma crescente ligeireza informativa, que contrasta com os níveis de formação superior e até especializada da generalidade dos profissionais do setor.

A imprensa como agente da democracia

Em todas as épocas e contextos encontramos uma tendência dominante que caracteriza o modo de fazer jornalismo, sem prejuízo para a coexistência de outras opções e para o entendimento que em cada momento se faz acerca do papel e função do jornalismo. No dobrar do século XIX para o século XX, no caso português e em boa parte da Europa, e nos finais do século XVIII francês as grandes transformações políticas e sociais vão proporcionar a emergência de um vasto conjunto de figuras que aproveitam as possibilidades conjunturais de comunicação, para afirmarem as suas posições e pensamento. Como hoje sucede com os comentadores televisivos, aquela foi uma época em que a imprensa celebrou nomes como Camille Demoulins, Jacques-Pierre Brissot e o abade Thomas-Marie Royou, “todos virtualmente desconhecidos em 1789, mas que rapidamente se tornaram mais conhecidos que a grande maioria dos deputados da Assembleia Nacional, cuja ação eles comentavam” (Popkin, 1990, p. 41).

É ao observar este quadro político novo, com repercussões evidentes e profundas no plano da comunicação e da informação, que Gabriel Tarde vai afirmar que é com a Revolução que “data verdadeiramente o nascimento do jornalismo e, em consequência, do público, de que ela foi a febre e o fermento” (1991, p.17).

As ligações entre a imprensa e o poder político, portanto, há muito que servem de combustível para infundáveis e renovadas discussões e abordagens. E se é um facto que tais relações tendem a ser reconhecidamente mais estreitas e umbilicais em contextos políticos onde o jornalismo goza de menos capacidade de autonomia e liberdade, a verdade é que nas sociedades mais liberais a questão também se coloca, normalmente sob o pretexto do interesse nacional ou do segredo de estado.

O apoio, sem provas, da generalidade dos média ocidentais à teoria das armas de destruição maciça que antecedeu a invasão do Iraque é um dos exemplos mais eloquentes. Igualmente interessante, embora menos referenciado, é o envolvimento da agência de notícias *Prensa Latina* no processo

revolucionário cubano e, em especial, na descoberta antecipada do ataque à Baía dos Porcos, assim como as subtis pressões da CIA junto de elementos do *The New York Times*, sobre esse mesmo acontecimento (Figueira, 2022; Talese, 2000)¹⁰. James Reston, que foi um nome proeminente na redação do NYT durante várias décadas, recorda em livro publicado em 1968 — *Artilharia da imprensa* — o sentimento com que ficou após visitar o jornal *Pravda*, em Moscovo, em 1943, e que em certos aspetos mantém uma inquietante atualidade:

Naquela brava e feia cidade, no momento em que a artilharia alemã não estava muito longe, eu podia mesmo acreditar na necessidade de uma imprensa controlada. Mas estava ainda alarmado com a ideia de que a imprensa podia ser o instrumento, e não o crítico, do governo. Desde então me fascinam as diferentes teorias sobre as relações apropriadas entre repórteres e autoridades governamentais (Reston, 1968, p. 15).

No início da década de 1960, o mesmo Reston, então chefe dos escritórios do NYT em Washington, sensibilizado pelo diretor da CIA, Allen Dulles, influenciara a direção do jornal relativamente a uma importante notícia sobre Cuba e cujo ato de autocensura haveria de provocar uma enorme tempestade em toda a redação (Figueira, 2022; Talese, 2000).

Os jornalistas, muitas vezes comprometidos com as dinâmicas sociais e políticas que cobriam, comportaram-se em múltiplas situações ao longo do tempo como atores políticos — como haveria de suceder, em Portugal, nos anos finais da monarquia e afirmação da I República e no período revolucionário pós-25 de abril de 1974.

Daí, que esse “meio prodigioso de falar à distância”, na feliz e sintética expressão de Gabriel Tarde (1991, p. 19) ao referir-se às potencialidades da imprensa e à capacidade inteiramente nova de através dela os acontecimentos passarem a ter um ritmo mais acelerado, vai constituir um fator determinante na “transmutação dos sujeitos em cidadãos” (Jeanneney,

10. “Rodolfo Walsh: o jornalista-militante que «derrotou» Kennedy e a CIA na Baía dos Porcos”. Texto integral do artigo: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/80371/51186>

1996, p.50). Nesta perspectiva, entende-se que a imprensa contribuiu ativamente para o desenvolvimento de uma consciência política e de participação — hoje diríamos de cidadania — dos cidadãos na vida pública.

Se por um lado, como sublinha o historiador francês Jeanneney, a imprensa dá uma dimensão pública aos acontecimentos, aos acordos e desacordos, por outro lado, “aqueles que não têm acesso aos jornais estão praticamente fora do jogo” (1996, p. 53). Nada, afinal, muito diferente do que hoje dizemos acerca da importância da informação e do papel que ela desempenha na criação de uma cidadania mais consciente e, em especial, na sua função inclusiva e diversa, enquanto espaço socialmente heterogêneo e plural. E se no passado, como proclamava Camille Demoulin, “os jornalistas exercem uma função pública: denunciam, julgam, absolvem, condenam” (Jeanneney, 1996, p.60), dois séculos e meio depois o cenário não se alterou substancialmente. Agora, no entanto, essa capacidade de julgamento público está ao alcance de cada um que tem nas redes sociais uma forma de afirmação individual capaz de disputar espaço, circulação e atenção aos média.

Digamos, então, que as grandes transformações político-sociais ocorridas entre a segunda metade do século XVIII e início do século XIX, período que abrange a Revolução francesa e a independência dos Estados Unidos, a que se seguiram vários outros processos revolucionários na Europa, vão inaugurar a Idade Contemporânea, em cujo seio vai surgir e crescer a profissão de jornalista e desenvolver-se uma forma diferente de relacionamento entre a imprensa e o público (Figueira, 2007).

Historicamente, como refere Tengarrinha (1989), a afirmação do jornalismo na Europa, nomeadamente em Inglaterra, França e Holanda, fez-se através do cruzamento da política com a cultura. Thomas Ferenczi faz, aliás, notar a este respeito, que “a política esteve desde bastante cedo associada à imprensa: La Gazette era o órgão oficioso de Richelieu, e sabe-se qual o papel, por vezes decisivo, que os jornalistas desempenharam em 1830, 1843 e 1879” (1996, p. 12). O mesmo se poderá dizer acerca de muitos outros períodos históricos posteriores, sendo particularmente evidente o papel interventi-

vo do jornalismo em momentos de rutura político-ideológica. A Revolução Industrial com as transformações de ordem técnica e social ao nível da produção, cujos processos afetaram de forma estrutural a dimensão (e a noção) de mercado, os hábitos, rotinas, consumos e gostos dos cidadãos (e as suas manifestações culturais) tiveram natural impacto no modo de fazer jornalismo (Laffond *et al.*, 2015).

Gradualmente e à medida que a democratização da vida política ia fazendo o seu caminho, a imprensa ia também fazendo o seu. Ou seja, se os processos de democratização implicavam o alargamento do debate público, como consequência lógica da abertura do direito de voto a novas e alargadas franjas da população, essa dinâmica exigia e influenciava a afirmação de novos contextos informativos e de comunicação política. Esta, que para Norberto Bobbio (1987) é inerente a qualquer comunidade de regimes representativos, não pode ser vista nem desligada da emergência da opinião pública, que precisa, para respirar, da pulsão e tensões da sociedade civil. Razões, em suma, que explicam o fortalecimento do papel do jornal, que se foi tornando um objeto de crescente interesse por parte dos “setores que se incorporavam no jogo democrático e que procuravam na imprensa programas e propostas políticas com que se identificassem” (Laffond *et al.*, 2015, p. 67).

O jornalista, enquanto historiador do instante, na expressão de Camus, passa a ser, portanto, um ator e um parceiro social e cultural em permanente estado de vigília. Ao mesmo tempo que a sua presença pública se reforçava, independentemente dos papéis e interesses que representasse, emergia a figura do escritor comprometido com as causas sociais e políticas da sua época, de que a célebre carta aberta de Émile Zola, “J’accuse”, ao presidente francês é o exemplo clássico.

Duros relatos da realidade

A história da literatura mostra, com efeito, o empenhamento de escritores com causas sociais e políticas do seu tempo, de que resultaram obras que, sendo de ficção, possuem o nervo e a dimensão crítica das realidades com que se tecem as reportagens jornalísticas.

Por exemplo: haverá alguma reportagem capaz de suplantar com a sua realidade a dimensão literária que Dickens nos oferece sobre a Inglaterra industrial, ou sobre as vicissitudes dos camponeses do sudeste americano expulsos de suas casas em Oklahoma, durante a recessão de 1929, de que Steinbeck nos dá conta, em *As vinhas da ira*? E que dizer sobre a denúncia das condições miseráveis de vida e de trabalho dos imigrantes lituanos descritas por Upton Sinclair, em *A selva*? Dentro da mesma linhagem literária impõe-se juntar *A ilha de Sacalina*, a obra mais enigmática de Tchékhhov, que ele intitulou como “notas de viagem”, remetendo, erradamente, o leitor para um gênero em voga à época, quando em 1890 decidiu partir para a mais perigosa e radical viagem da sua vida, para nos oferecer um relato absolutamente impressionante sobre aquela colônia penal siberiana:

Os vícios e perversões que se observam são em geral próprios de homens privados de liberdade, reduzidos à escravatura, esfomeados e constantemente amedrontados. A mentira, a astúcia, a cobardia, a pusilanimidade, a delação, o roubo e todo o tipo de vícios secretos constituem o arsenal de que dispõe esta população humilhada, ou pelo menos uma grande parte dela, para lutar contra as autoridades, contra guardas a que não tem respeito, mas que teme e vê como seus inimigos (Tchékhov, 2011, p.246).

Faz ainda sentido recordar, hoje, num tempo em que o livro-reportagem conquistou o seu espaço de dignidade e afirmação, o *Diário da peste de Londres*¹¹. Originalmente publicado em 1722 e da autoria de Daniel Defoe, este seu meticuloso trabalho e aprofundada investigação constituirá, porventura, a primeira incursão no jornalismo de dados¹², em que, a propósito

11. O título da edição original é: *A Journal of the plague year: being observations or memorials of the most remarkable occurrences, as well publick as private, which happened in London durind the last visitation in 1665. Writing by a citizen, who continued all the while in London.*

12. Especialmente conhecido por ser o autor de *Robinson Crusoe*, Daniel Defoe apresenta nesta obra sobre a peste de Londres um manancial de dados notável até para os dias de hoje (para ser rigoroso consultou os boletins de óbito, paróquia a paróquia), ao mesmo tempo que nos oferece um curioso olhar retrospectivo sobre a sociedade de meados do século XVII:“(…)Não havia naquele tempo nada que se parecesse com jornais impressos para espalhar novas ou boatos, ou para embelezar, graças à imaginação humana, como ainda pude ver mais tarde. Então as novas deste gênero eram extraídas das cartas dos mercadores e de outros que mantinham correspondência com o continente; eis porque estas coisas se não espalhavam instantaneamente por todo o país, como acontece hoje”.

da epidemia que por volta de 1720 vitimou mais de 100 mil pessoas, em Marselha, decidiu pesquisar e escrever sobre a peste que em 1665 causara a morte a 200 mil londrinos. Esta obra de Defoe, normalmente olhada como um romance, é sobretudo, como se dirá na linguagem atual, um notável documentário sobre um acontecimento que o autor não presenciou, mas acerca do qual realizou uma meticulosa investigação jornalística. O resultado foi a publicação de dados e números muito fiáveis e confirmados, assim como a recolha de relatos e testemunhos, de forma a construir toda uma narrativa que já na época mereceu a maior credibilidade. De tal forma, escreve João Gaspar Simões, na Introdução do livro que ele mesmo traduziu para português, que “até uma sumidade médica coeva o citou num dos numerosos trabalhos que então vieram à luz em Inglaterra, na previsão um tanto pânica do alastramento do flagelo em Marselha” (Simões, p. 10).

De outros flagelos, ao longo dos anos, se foi ocupando o jornalismo, assim mostrando e evidenciando o quanto ele pode ser imprescindível. As reportagens na década de 1970, no *Sunday Times*, sobre as crianças vítimas da Talidomina (um fármaco que era usual prescrever-se às mulheres grávidas) e que só devido à persistência daquele jornal e do seu diretor, Harold Evans, viram as causas das suas deformidades serem reconhecidas e as respetivas famílias indemnizadas, é um dos exemplos mais elucidativos e ao mesmo tempo esquecidos. Ainda e sempre os emblemáticos e amplamente estudados casos do *Washington Post* e do *The New York Times*, na primeira metade da década de 1970, no âmbito dos processos “Pentagon papers” e “Watergate” e, mais recentemente, fruto da digitalização e das potencialidades introduzidas pela tecnologia, o tsunami informativo conhecido por *WikiLeaks*. Ou, recuando no tempo, a reportagem de Francis Nichols, em 1902, sobre a exploração do trabalho infantil nas minas de carvão da Pensilvânia.

Publicado na *McClure’s Magazine*, o trabalho, intitulado “Children of the coal shadow”¹³ constitui um retrato duro de uma realidade social injusta

13. Texto integral: <http://moses.law.umn.edu/darrow/documents/Children%20Coal%20mining.pdf>

e desajustada, como Sinclair, quatro anos mais tarde, haveria de fazer o mesmo, embora através do romance, relativamente ao mundo da indústria da carne e às respetivas condições laborais¹⁴.

Em 1885, no outro lado do Atlântico, e quatro antes da sua Carta Aberta a propósito do caso Dreyfus, Zola expõe e denuncia na sua mais definitiva obra, *Germinal*, as péssimas condições de vida dos trabalhadores de uma mina de carvão, em França. Como o jornalista alemão Gunter Wallraff haverá de fazer cerca de um século mais tarde, disfarçando-se de trabalhador emigrante, para escrever o livro, *Cabeça de turco*¹⁵, Zola passou dois meses a trabalhar no subsolo, a viver, a comer e a sofrer como mineiro. Semelhante estratégia adotará Upton Sinclair, quando Fred Warren, diretor da revista de inspiração socialista, *Appeal to Reason*, o desafia para escrever sobre as desigualdades sociais e as degradantes condições de vida e laborais de Chicago, e ele se disfarça de trabalhador.

Sinclair granjeou fama internacional com a obra *The Jungle*, publicada em 1906, na qual expõe as péssimas condições sanitárias e de trabalho existentes em Chicago, em particular no setor industrial da carne. É, porém, com uma obra posterior — *The brass check* — publicada pela primeira vez em 1919, que assume a sua posição anti-sistema e de crítica frontal à paisagem informativa dominante, ao sustentar que “o jornalismo americano é uma instituição de classe que serve os ricos e rejeita os pobres (Sinclair, 2003¹⁶, p. 147). Ao considerar que a “política, jornalismo e grandes negócios trabalham de mãos dadas para enganar o público e saquear o trabalho”, Sinclair (2003, p. 153) antecipa em algumas décadas, a visão ideológica e crítica que Chomsky virá assumir, a partir dos anos de 1980.

14. O livro de Sinclair, que ele classificaria como “um murro no estômago dos leitores”, em crónica que publicou em outubro de 1906, na *Cosmopolitan Magazine*, sob o título, “What life means to me”, haveria de influenciar decisivamente o Congresso a produzir legislação sobre a produção e armazenamento de carne, e respetivas condições de trabalho no setor.

15. A partir de um anúncio publicado em vários jornais alemães — “estrangeiro forte procura emprego; pode ser trabalho pesado, sujo e mal pago” —, Wallraff, sob o pseudónimo Ali, vai passar pela metalúrgica Thyssen, por uma multinacional de *fast food* e por uma empresa mediadora de mão de obra, para denunciar as brutais condições e jornadas laborais de 16 horas e mais por dia. Em 1976, Wallraff, fazendo passar-se por traficante de armas contou, primeiro na revista *Stern*, depois em livro, como se infiltrou na organização de extrema-direita MDLP e como o general Spínola o contactou com o objetivo de comprar armas para combater os seus inimigos políticos, em Portugal.

16. Embora a primeira edição da obra referida seja de 1919, a edição que consultamos é de 2003.

O trabalho de Edward S. Herman e Noam Chomsky, *Manufacturing Consent*, introduz, com efeito, uma nova visão crítica sobre o trabalho e a produção jornalística. No essencial, entende que as empresas capitalistas de média promovem, sobretudo, o apoio das elites políticas, sem se preocuparem com o empoderamento dos cidadãos, aos quais era suposto proporcionarem a melhor e mais correta, completa e necessária informação, com vista a que estejam nas melhores condições para tomarem decisões o mais bem informados possível.

Aceleração de desigualdades

O contexto de afirmação do jornalismo, não obstante o seu percurso tantas vezes sinuoso, como de forma sumária procuramos mostrar, não foi construído em democracia, pelo menos nos termos em que hoje a discutimos e definimos. É certo que cresceu e chegou à idade adulta com ela, o que torna inegável a circunstância de haver uma estreita relação entre ambos, nos seus processos de consolidação. De tal modo que quando se fala sobre a erosão e as fragilidades da democracia, é impossível não ligar esse fenómeno ao da crise ou vulnerabilidade do jornalismo. De resto, a atual conjuntura política e económica, agravada pelo clima de crescente incerteza em que vivemos implica a prudência de nos perguntarmos, como há duas décadas se questionava Mészáros: “é possível encontrar qualquer esfera de atividade ou qualquer conjunto de relações humanas não afetado pela crise?” (2002, p.800).

Nico Wilterdink (2017) e os relatórios da OCDE (Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico) confirmam o diagnóstico de Mészáros, ao deixarem claro que as desigualdades sociais têm vindo a acentuar-se desde os anos de 1980. O sociólogo holandês não deixa, ainda, de observar que as políticas de liberalização dos mercados acompanhadas do processo de globalização e mobilidade de capitais estão na raiz dessa aceleração de desigualdades — já não apenas económicas, mas também políticas, com repercussões claras no enfraquecimento do papel do estado e na aplicação de políticas públicas, em contraste com a crescente valorização

ideológica dos mercados e do elogio das elites económicas, em cujo xadrez os média e o jornalismo também progressivamente viram o seu poder de influência e de escrutínio diminuir.

Por todos estes motivos emerge com preocupante atualidade a pergunta feita por Pulitzer há mais de um século e cuja resposta cabe a nós, cidadãos contemporâneos e jornalistas, saber dar. Colocados perante as tendências políticas e económicas que marcam o tempo presente e toda a sua nuvem de incertezas, entendemos — e é nossa proposta — que é fundamental que o jornalismo seja capaz de se assumir sem a menor hesitação ou tibieza, no papel e ação de um democrata radical.

Jornalismo e fissuras no edifício democrático

A globalização liberal e a crescente fragilização e declínio das instituições do estado democrático, entre as quais avultam os parlamentos, configuram aquilo a que Crouch (2004) define como situação pós-democrática. Chantal Mouffe, cientista política pós-marxista, recupera esse conceito para, na sua visão ideológica de esquerda, o colocar como espaço de afirmação e expansão económica, ao mesmo tempo que “muitos aspetos do liberalismo político foram relegados para segundo plano ou até eliminados” (2019, p. 27). Do seu ponto de vista, esta subvalorização da prática política enquanto debate de ideias, reduziu a sua ação a uma “mera administração da ordem estabelecida” (p. 28), num contexto de financeirização da economia, que é, em seu entender, responsável pelo “crescimento exponencial das desigualdades” (p.28) atuais.

Por outro lado, onde Crouch (2004) vê declínio e entropia da democracia, Mounk (2019) deteta a emergência de democracias hierárquicas, cujos líderes popularmente eleitos se arrogam no direito de, unilateralmente, interpretarem a vontade popular. Daqui resulta, em grande parte, “o surgimento da democracia iliberal, ou da democracia sem direitos”, que constitui um dos sintomas da política “nas primeiras décadas do século XXI” (Mounk, 2019, p. 31). Um olhar, ainda que superficial, facilmente

deteta a emergência e crescente protagonismo de uma onda populista de direita. Turquia, Hungria, Polónia, Itália e Índia são exemplos de países liderados por populistas, ao mesmo tempo que outros líderes radicais de direita ganham expressão em França, Espanha, Dinamarca, Países Baixos, Áustria, Alemanha e Portugal, entre outros, sem esquecer os fenómenos do “trumpismo” e do “bolsonarismo”, nos EUA e Brasil.

A estratégia de afirmação e de conquista do poder, por parte dessas forças populistas, obedece a dois tipos essenciais de discurso estratégico. Num primeiro momento “dirigem sua ira contra grupos étnicos ou religiosos que não consideram parte do povo real” (Mounk, 2019, p. 73) e, chegados ao governo, o ataque centra-se em “todas as instituições, formais ou informais, que ousam contestar sua reivindicação ao monopólio moral da representação” (p. 73). Entre os alvos preferenciais dos populistas estão os jornalistas e a liberdade de informação. Tarefa esta que acaba, assim, por enfrentar escusadas dificuldades e entraves, e cuja realização efetiva coloca problemas novos e complexos aos jornalistas, os quais, como se sabe e refere em momentos diversos da presente obra, têm de lidar com exigências e regras ditadas por todo um ambiente mediático pouco ecológico, na medida em que se privilegia o ruído e o fumo da velocidade comunicativa. Para agravar ainda mais este panorama, como há pouco escrevíamos referindo-nos às dúvidas e preocupações levantadas por Kent Asp e Thomas Patterson, o fogo por vezes cerrado e indiscriminado contra as instituições e os políticos disparado pelos média, provocando o seu descrédito e semeando a desconfiança, contribui também para instalar na opinião pública uma perceção negativa acerca do funcionamento da democracia.

Chamar a atenção em vez de informar (Otte, 2010) parece ser, assim, o objetivo central de um certo tipo de jornalismo, a braços com uma crise tridimensional: económica, profissional e de confiança (Nielsen, 2016), embora os média tradicionais, recorda a antiga diretora do *The New York Times*, Jill Abramson (2019) tenham muitas responsabilidades em todo o processo. Mais do que nunca, sustenta a jornalista, em *Merchants of truth*, a informação vive sob o império das partilhas e dos gostos nas redes sociais, em

suma, do *engagement* dos públicos. A velocidade, que sempre foi um requisito do jornalismo desde a era industrial, está agora submetida à ditadura do instante; o ritmo que a tecnologia impôs aos processos de comunicação, acelera, assim, a desconfiguração de princípios profissionais do jornalismo, como se este, desgraçadamente, tivesse de competir com as redes sociais. Se a tudo isto juntarmos a influência que as posições populistas exercem sobre a agenda mediática, ao ponto de conseguirem uma substancial exposição informativa sem contraditório, então isso quer dizer que há um problema novo (e recente) no jornalismo (português).

Se assim for, vale a pena refletir sobre a proposta da filósofa política Nadia Urbinati (2019) sobre o fenómeno populista, quando considera que é imperioso definir um modelo de lidar com ele. Cas Mudde, professor do Centro de Investigação sobre o Extremismo, da Universidade de Oslo, que há muito vem estudando o fenómeno da direita radical, defende que em vez de se olhar e seguir os temas da ultradireita e os seus enquadramentos, dever-se-á privilegiar a abordagem das questões que nos dizem respeito e à maioria da população, e postular as nossas posições do ponto de vista ideológico (2019). Paralelamente, defende o mesmo investigador, há que promover o debate em torno das questões fundamentais à boa saúde das sociedades democráticas, mas com base nas propostas dos que as defendem, e não o inverso. Cas Mudde (2019) entende, ainda, que é imprescindível difundir alternativas políticas positivas, com base em ideologias democráticas.

É imperioso, pois, que o jornalismo tenha consciência que enfrenta uma realidade nova e adversa ao jogo democrático, e por isso tem de ser capaz de lidar convenientemente com ela, não a ignorando, evidentemente, mas que entenda na sua grelha de avaliação que é impossível tratar de forma igual o que é claramente desigual. Dito de outro modo, é fundamental que as práticas jornalísticas acrescentem aos seus momentos de decisão uma pergunta elementar: de que modo esta notícia ou esta reportagem contribui para o reforço da democracia e melhora a qualidade da vida democrática?

É, pois, diante deste novo quadro, mais exigente, escorregadio e perigoso, que o jornalismo tem de saber adaptar-se e ser igualmente mais criterioso. Não é justificável nem compreensível que à sombra de uma mirífica noção de objetividade e equidade ambicione tratar de forma igual o que é desigual. E no caso dos mais ingênuos ou distraídos que argumentam com a ideia da imparcialidade, é bom que se assumam e se lhes lembre que o jornalismo não é imparcial na negociação de valores e princípios que, além de constarem do respetivo código deontológico, são conquistas civilizacionais. É nesta linha de pensamento, aliás, que o professor e investigador norte-americano Michael Schudson aponta para a ideia de que o jornalismo deve ser capaz de interpretar o jogo democrático, mas sem resvalar para um indesejável populismo.

Colocados perante um ecossistema mediático onde a competição pela conquista das audiências é mais intensa que nunca, o nivelamento por tudo quanto corresponda aos chamados gostos populares é a nota dominante dos processos de comunicação presentes. Neste contexto, se a televisão é populista aqueles que nela vemos a falar tendem a tornar-se também populistas (Todorov, 2017). Isto é, se a televisão, meio ainda relevante nas nossas sociedades comunicantes, cede diante das preferências populares, o mesmo se passa com a generalidade dos atores políticos, que cada vez mais apreciam as suas aparições em *talk shows* e demais espaços de entretenimento.

Paralelamente, assiste-se a uma erosão do jornalismo de referência, o que nos leva a afirmar que se aquilo que determina as opções e decisões no campo mediático reflete a supremacia dos valores mais populares, isso significa que as escolhas da política dificilmente podem ser diferentes. Ou seja, o apelo pela informação mais popular — também ela a roçar já o populismo, tanto na linguagem, como na forma superficial e ligeira como trata assuntos sérios e ataca pessoas e instituições — acaba por se refletir, inevitavelmente, nos temas, nas preocupações e nas prioridades do discurso político.

Nesta linha de raciocínio, o ator populista e os média, na disputa pela atenção dos respetivos públicos, sabem que têm de satisfazer as expetativas e os desejos daqueles a que, preferencialmente, se dirigem.

Uma das afirmações do populismo, no espaço público, faz-se através de figuras portadoras de um discurso disruptivo e de uma atitude vincadamente personalista. A lógica dos média, como se sabe, assenta no recurso a personalidades — dir-se-ia mesmo que existe uma obsessão jornalística por personalidades — conferindo-lhes, por via da atenção que lhes dá, a legitimação mediática que tais figuras e posições procuram. No limite, esses mesmos discursos disruptivos e tantas vezes discriminatórios, ambicionam, por via dessa legitimação mediática, a normalização da respetiva narrativa política e ideológica. Temos vindo a assistir, de resto, nos últimos meses, a afirmações e comentários que colocam no mesmo plano de radicalismo as posições do CHEGA, do PCP e do BE. Tais opiniões, que os média vão tranquilamente deixando sedimentar, contribuem para a tal normalização e inclusão do Chega no jogo democrático, sob o argumento que ele representa, à direita, o radicalismo que PCP e BE assumem à esquerda.

Dos três, no entanto, apenas um — o CHEGA — discrimina minorias, assume posições xenófobas e racistas, e ataca frontalmente os fundamentos e os alicerces em que assenta o nosso edifício democrático, ao mesmo tempo que faz ameaças a jornalistas, o que levou em março de 2022 a Comissão da Carteira Profissional de Jornalistas a emitir um comunicado sobre o assunto.

O neopopulismo contemporâneo vive, pois, paredes-meias com os média e com a informação mais popular e menos exigente, a qual, como se sabe, alimenta-se, como orgulhosamente diz, do que as pessoas querem e gostam de ver, ouvir ou ler. As forças populistas, que evitam qualquer tipo de problematização, pois preferem a emoção do momento e limitar-se às certezas da maioria (Todorov, 2017) constituem, neste aspeto, um excelente alimento para os média que encontram nessas figuras e nesses discursos a sua dieta quotidiana de informação.

Tais *inimigos íntimos da democracia*, como Todorov classifica os que, mal-dizendo os seus valores matriciais, servem-se deles e das suas amplas liberdades, incluindo as de informação e de opinião, para corroer todo o edifício democrático, buscam, no fundo, uma normalização do seu pensamento e ação. Steven Livitsky e D. Ziblatt, professores da Universidade de Harvard, referem em *Como morrem as democracias*, que os “assassinos da democracia usam as próprias instituições da democracia — gradualmente, subtilmente e, até, legalmente — para a matar” (2018, p. 15). A ser assim, aquilo que se exige do jornalismo é que perceba o que está verdadeiramente em jogo (e em risco); que os seus profissionais e os diversos níveis de decisão editorial tenham o discernimento para perceber se estão a ser instrumentos de estratégias de comunicação alheias ou se estão a atuar segundo critérios exclusivamente jornalísticos e a cumprir o papel que é suposto desempenharem em prol da democracia.

Sendo os média, na feliz expressão de Daniel Innerarity, “as próteses do senso comum” (2010, p. 100), no sentido em que é por intermédio deles, da informação que produzem e nos fazem chegar, que cumprem a sua função de postos avançados da perceção coletiva, é desejável que não colaborem na normalização de um discurso que por via deles se poderá ir socialmente metastizando. Da mesma maneira que, num outro contexto, o jornalismo não deve tratar de forma igual agressor e vítima, também aqui, na defesa dos valores democráticos e civilizacionais, é necessária a prática de uma parcialidade clara e inequivocamente assumida na defesa da democracia.

Só assim, aliás, jornalismo e democracia caminham como aliados e de mãos dadas, na prossecução de objetivos comuns. Dizendo o mesmo de forma mais expressiva: como no passado em tantas geografias o jornalismo foi um aliado estratégico dos valores democráticos, lutando contra a injustiça e por direitos cuja ausência entendia anacrónica, também agora se espera dos jornalistas que saibam ser democratas radicais, na defesa intransigente dos valores e princípios matriciais em que assenta a casa comum da democracia.

8. Impaciência democrática

*Uma imprensa mercenária, demagógica e corrupta,
com o tempo, produzirá pessoas tão vis como ela.*

J. Pulitzer, *The power of public opinion*

Nathan Crick estabelece um paralelo entre a emergência e expansão da escrita e sequente alfabetização na Grécia Antiga, que considera ser “a primeira tecnologia democrática de comunicação”, com os atuais processos de acesso e domínio das tecnologias de comunicação, como “precondição da democracia” (Crick, 2009, p. 480). Não obstante os muitos séculos que separam os dois momentos, o professor da Universidade do Texas encontra semelhanças nos debates travados em tais contextos, uma vez que se no passado houve quem tivesse visto (des)vantagens na substituição do domínio da oralidade pela escrita, também agora há quem encontre motivos de receio na adesão à revolução tecnológica em curso.

Em causa está a ideia de democracia. Ela será aqui usada e entendida enquanto conceito suscetível de expressar sistemas políticos pluripartidários baseados na vontade popular manifestada através do voto em eleições livres, destinadas a determinar as opções dos cidadãos a quem compete escolher os seus representantes para os diferentes órgãos de exercício do poder. Tal implica a presença de um ecossistema de comunicação e informação totalmente livre capaz de viabilizar e projetar uma noção viva de espaço público como a que foi

originariamente proposta por Habermas, em 1962¹, e que posteriormente Nancy Fraser (1992) vem cunhar de pluralidade de esferas públicas.

A noção de espaço público, que surgiu e se desenvolveu, a partir do século XVIII, sob a influência dos ventos libertadores do Iluminismo, vem proporcionar um olhar novo sobre a política e o seu exercício, com implicações evidentes na definição das democracias modernas. Este modelo de pensamento que constitui já uma superação da concepção absolutista de exercício do poder, vem impregnado de uma vontade racionalista que, no essencial, aponta para novas possibilidades de subjetividade. Essa nova racionalidade, à luz da qual o homem passa a ser dono e senhor da sua esfera de ação e decisão, já não está sujeita, como assinala João Carlos Correia, à “escuta de uma palavra transcendente de origem mágica ou divina”, mas ao “recorte de um lugar onde se institui o sujeito humano e se questiona o seu destino (Correia, 1998, p. 33).

A legítima aspiração a uma autodeterminação do sujeito contida nesse conceito tem implícita a dimensão normativa que visa prover e promover o debate público sobre matérias de interesse coletivo. Aquilo a que, por outras palavras, podíamos designar por interesse público. Os média são, neste contexto, o espaço privilegiado de representação e interlocução dos diversos atores. Através deles, é suposto que os cidadãos possam aceder à informação relevante sobre assuntos do seu interesse, no pressuposto de que quanto mais bem informados estiverem, em melhores condições estão para decidirem sobre o seu destino e sobre as questões acerca das quais são chamados a tomar posição. A informação constitui-se, assim, como um fator diferenciador e fundamental, tanto no plano das convenções e atos comunicativos, como ao nível da sua natureza formativa:

1. A versão que seguimos é a edição francesa publicada em 1992, que contém já as revisões que o próprio Habermas entendeu introduzir, em 1990, à obra inicial, em resultado dos processos de fragmentação social e cultural (e por isso também política) que entretanto emergiram e que caracterizam as relações entre cidadãos e, por conseguinte, os códigos e protocolos de persuasão, discussão e partilha de valores no espaço público, agora muito mais heterogêneo.

Informação é a diferença formada internamente ao sujeito conforme a ele mesmo e nos seus próprios termos, afetando o seu comportamento, tal como pode ser testemunhado por um observador ou auto-observador. Informação é por isso o que é essencialmente formado. É algo que nos foi dado e que de acordo com nós mesmos faz a diferença face à possibilidade de não nos ter sido dado (Ilharco, 2003, p. 179).

A informação, à luz do instigante ensaio de Fernando Ilharco, aponta para um contexto ontológico onde a ação humana é permanentemente feita de decisões, com base na qualidade da informação de que se dispõe. Ou seja, a possibilidade constante de fazer opções resulta da capacidade de autodeterminação de cada sujeito estar em condições de decidir de forma racional e, portanto, desejavelmente esclarecida.

O filósofo norte-americano John Dewey afirmara já nos anos 20 do século passado, que toda a ação [política] que não seja informada e se apresente desprovida de imaginação e reflexão tem mais probabilidades de fomentar o conflito e a confusão, que contribuir para a resolução de questões concretas. É isso que o ideal democrático — ou de democraticidade — procura conseguir, na bondade dos seus objetivos e natureza. Não podemos, todavia, deixar de ter em conta que hoje a esfera pública tem uma fragmentação e heterogeneidade social e cultural muito diversas e maiores que a que existia ou serviu de base aos estudos iniciais de Habermas e, por maioria de razões, à realidade observada por Dewey. Onde, o modo de olhar e discutir as relações da política com os seus públicos (cidadãos), em cujo quadro relacional os média estão omnipresentes, vem naturalmente evoluindo ao longo dos anos.

Quando Nathan Crick estabelece o paralelismo que referimos no início deste capítulo, trazendo à colação o papel que as tecnologias de comunicação desempenham nas sociedades democráticas contemporâneas, está bem presente a ideia de mudança proporcionada pelas várias nervuras sociais, políticas, culturais e económicas que constituem as múltiplas dinâmicas dos processos históricos. Não é de estranhar, portanto, que ao longo dos

anos vários autores, como Dewey e Lippmann — que na década de 1920 travaram interessante e histórico debate — e posteriormente Hannah Arendt, Habermas e Innerarity tenham refletido sobre os problemas e as exigências da democracia, e acerca do papel que atribuem aos média, no contexto desse complexo jogo político.

A informação no território da propaganda

Introduzida por Dewey, a teoria democrática é baseada na participação direta de todos os cidadãos, sem com isso pôr em causa os princípios da democracia representativa. Num estudo em que procura averiguar a possível atualidade das ideias de Dewey, Reich (2011) conclui que os critérios que serviram de base à elaboração da teoria democrática permanecem atuais e são, ainda hoje, uma ferramenta concetual que pode ser produtivamente reconstruída à luz de novos desenvolvimentos teóricos.

Sublinhe-se, aliás, que o contexto em que o debate entre Dewey e Lippmann teve lugar — nos pós I Guerra — tem em comum com o tempo presente a circunstância de ambos corresponderem a períodos de mudança. E se Nathan Crick encontra pontos de encontro e de similitude nas discussões contemporâneas que interpelam o poder crescente da blogosfera, com os debates na Grécia Antiga sobre a emergência da alfabetização, onde Sócrates, por exemplo, era contrário à afirmação da escrita, Eric Alterman — historiador, jornalista, bloguer — considera que a visão dos que hoje defendem a ideia de maior democraticidade por via do acesso e uso popular da Internet os aproxima das posições que há um século Dewey defendia. Ou seja, se a Internet criou uma nova maquinaria para a transmissão e circulação de informação, com impacto evidente nos contextos democráticos onde tal processo se realiza (Crick, 2009), as palavras de Dewey (1927) já antecipavam algo que hoje é da maior acuidade discutir: observar os processos técnicos dos média numa perspetiva que superasse a visão estreita de olhar para a maquinaria (hoje chamar-lhe-ia equipamentos tecnológicos) unicamente como uma ferramenta do lucro empresarial ou da expressão individual, sem ter em conta a dimensão de escrutínio público. Donde, se a questão tecnológica

determina os processos de produção e de circulação de informação, com repercussões claras na esfera da gestão e administração das respetivas empresas, tal não significa que a discussão em torno do papel dos média noticiosos se esgote nesses detalhes. Sobressai, assim, nesta perspetiva, a ideia de participação dos cidadãos e de uma organização empresarial que, embora analisada num contexto liberal, não deve deixar de poder olhar para outros modelos de gestão: em todo o espaço íbero-americano, que inclui Portugal e Espanha, um estudo recente mapeou a presença de 48 cooperativas de jornalistas (Grohmann, 2022), como modelos independentes e/ou alternativos de organização.

Portanto, as possibilidades de interação proporcionadas pela blogosfera — pondo em contacto e em cooperação especialistas e meros cidadãos — está em linha com o pensamento de Dewey que via nos processos de cooperação entre cidadãos um meio para melhorar a saúde do estado democrático.

Por outro lado, se se olhar pela ótica de Lippmann, que em *Public Opinion* alertava já para os riscos da propaganda e para a ação manipuladora dos seus especialistas que, nesse sentido, podem contaminar os média e assim subverter o interesse público, não deixa de ser inquietante reparar na atualidade que algumas dessas suas palavras igualmente mantêm.

Convém não esquecer que fenómenos como a manipulação e a propaganda estavam, então, muito presentes nos processos comunicacionais, designadamente no campo da política, assim como é importante ter em conta que um ano após a edição de *Public Opinion*, Edward Bernays, referência incontornável das Relações Públicas, do *lobbying* e da manipulação de massas, lançava *Cristalizing Public Opinion*, a que se seguiria cinco anos depois, em 1928, a publicação da sua obra central, *Propaganda*. Nesta, o autor — sobrinho de Freud, facto que não será estranho ao uso da psicologia nos processos e estratégias de comunicação que realizou — defendia a manipulação inteligente dos hábitos e opiniões das massas, no pressuposto de que o verdadeiro poder, aquele que dirigia os destinos da sociedade era essa espécie de governo invisível que manipulava as mentes dos indivíduos. Bernays

considerava, de resto, que as pessoas eram governadas e as suas mentes moldadas por homens de que nunca se ouve falar. A propaganda era, assim, entendida como ferramenta estratégica na formação da opinião pública, daí emergindo uma ideia que Bernays foi consolidando e deu origem ao conceito de “*engineering consent*” (“construção do consenso”).

É bom ter presente ainda que, por essa altura, as ideias de Gabriel Tarde, que estabeleceu as fronteiras concetuais entre público e multidão e, sobretudo, de Gustave Le Bon, marcavam essa época em que os temas da manipulação e da propaganda ocupavam os mais diversos espíritos e áreas do saber. Em *A multidão: um estudo da mente popular*, Le Bon teorizou sobre a “*multidão psicológica*” que, determinada pelo inconsciente coletivo, continha três processos-chave: anonimato, contágio e sugestibilidade. Este seu pensamento influenciou líderes políticos de geografias e ideologias diversas como Lenin, Theodore Roosevelt, Hitler e Mussolini e, no domínio da reflexão académica, Ortega Y Gasset.

Atualmente, os processos de desinformação e manipulação a que assistimos durante o Brexit, a eleição de Trump, os processos eleitorais na Catalunha e de Bolsonaro, em 2016, e, mais recentemente, no decurso da guerra na Ucrânia, entre outros casos, são bem reveladores das fragilidades das sociedades democráticas contemporâneas e como elas estão expostas aos que as querem contaminar ou ferir de morte. Hipoteticamente colocado perante os atuais atos de desinformação e manipulação, Lippmann explicaria que eles são potencialmente possíveis e bem sucedidos, através de atos perpetrados contra cidadãos facilmente manipuláveis, porque são desconhecedores e incapazes de perceber (porque não dominam) a complexidade das questões colocadas pelas diferentes realidades políticas.

Dewey-Lippmann 100 anos depois

“Como cidadão e eleitor soberano ninguém consegue digerir (...) toda a informação necessária”, sustenta Lippmann (1997, p. 251), razão pela qual considera que a ação política deve ser deixada a cargo de especialistas. Esta

descrença quanto à capacidade de discernimento das massas acerca dos assuntos públicos é geradora de uma visão pessimista sobre as reais possibilidades de existência de uma verdadeira opinião pública. Daí, aliás, a ideia de alguns estudiosos da obra de Lippmann defenderem que é mais apropriado, no caso dele, falar-se em democracia como um regime para o povo em vez de um regime do povo, face, precisamente, à deslocação que ele faz do centro de gravidade da tomada consciente de decisão. Esta estava fora da órbita de ação e compreensão do cidadão comum, porquanto este era visto como alguém passivo, que não participava ativamente, uma vez ser mais um espectador que um ator social. Será que os atuais índices de abstenção nos sucessivos atos eleitorais na generalidade das democracias liberais podem ser lidos como sinais exteriores de desinteresse dos cidadãos e, nessa medida, revelarem-nos a mesma passividade cidadã a que Lippmann se referia?

Em *Public opinion*, o autor não deixa ainda de assinalar o facto de as pessoas prestarem atenção apenas ao que lhes interessa ou que serve os seus propósitos pessoais, ambição que a imprensa entende bem e à qual procura responder da maneira mais eficaz. Esse leitor unicamente preso e atento ao seu leque de preferências de que Lippmann nos fala, corresponde, no fundo, ao cidadão contemporâneo atomizado e completamente exposto e disponível para apenas receber a informação que confirma as suas convicções.

No célebre debate travado entre Walter Lippman e Jonh Dewey, nos anos 20 do século passado, a propósito da relação entre a informação e a opinião pública, o então jovem editorialista do *New York World*, de Joseph Pulitzer, defendia na sua obra de 1922, *Public Opinion*, que a sofisticação e complexidade das matérias que teciam a organização e decisão política eram inacessíveis à total compreensão dos cidadãos. Lippman partia, nessa sua análise, da experiência que ele mesmo viveu por dentro, enquanto consultor do presidente Woodrow Wilson, marcada pela censura e pela manipulação da informação nos anos da Guerra de 1914-18. A natureza da democracia, considerava ele, havia mudado profundamente e era agora

muito influenciada pelos avanços técnicos e tecnológicos, o que emprestava às sociedades emergentes desse tempo novo uma complexidade nada comparável com as aptidões do cidadão comum.

Primeiro em *Liberty and the news* (1920) e, posteriormente, com outro fôlego, em *Public opinion* (1922), “o porta-voz mais sábio e forte do ideal de objetividade”, nas palavras do professor da Universidade de Columbia, Michael Schudson (1978, p. 151), mostra um claro ceticismo sobre o poder da maioria em democracia. Aos poucos, a sua visão foi-se cristalizando na ideia de que o caminho era o do governo das elites educadas. Ou, como ele haveria mais tarde de defender e repetir uma e outra vez, o governo deveria caber aos homens de mérito.

Lippmann não deixa, aliás, nunca de ser muito claro a esse respeito: “em lugar algum é idílica a teoria da democracia realizada” (1997, p. 146). E quase de seguida, quando desenvolve duas visões de democracia — “uma que pressupõe a auto-suficiência individual, a outra a superalma que regula tudo” — conclui que “as massas assumem decisões que não nascem espontaneamente no peito de cada uma, individualmente” (Lippmann, 1997, p. 146).

O ponto de partida da obra de Lippman é a *República*, de Platão, com base na qual ele sustenta a sua posição sobre as disparidades que existem entre aquilo que se considera o mundo real e a nossa percepção dele: “the world outside and the pictures in our heads” (1997, pp.3-20). Dewey, ao invés, considera que a realidade que verdadeiramente interessa é a que os cidadãos, coletivamente, constroem.

Contrariamente à posição de que as massas eram natural e estruturalmente incapazes de construir um pensamento inteligente e participativo no contexto democrático, como defendia Lippmann, o filósofo pragmatista John Dewey entendia que era absolutamente necessário e possível, para o desenvolvimento da democracia, a existência de um público informado. Lippmann via nessa possibilidade de participação massiva um excesso de democracia e, nesse sentido, a razão principal para a sua crise e problemas. Daí apontar

como solução, a concentração numa elite de cidadãos inteligentes e bem preparados, a capacidade de tomada de decisões.

Pelo contrário, Dewey (1927) sustentava que a existência de cidadãos informados constituía um dos objetivos nucleares da democracia, a qual implicava uma verdadeira participação de todos. Do seu ponto de vista, a democracia não era apenas “uma forma de governação”, mas sobretudo um caminho, uma via para a construção e “perpetuação do conhecimento” (1927, p. 158). Em *The public and its problems*, o autor faz uma defesa acérrima sobre as vantagens de uma cidadania ativa e esclarecida, em contraponto com os interesses do poder político (mas também económico) que, à luz do seu raciocínio, só teria a ganhar com a ignorância das pessoas.

O problema do conhecimento era central em Dewey, na perspetiva de que embora tivesse a consciência de que seria impossível às pessoas dominarem todos os assuntos e estarem a par de todos os factos, como Celmer (2014) bem evidencia na releitura que faz à sua obra, o que verdadeiramente o movia e motivava era a dimensão cognitiva enquanto processo de acesso ao conhecimento possível. Entendimento oposto à atitude passiva que Lippmann atribuía ao cidadão comum. Aproxima-os, no entanto, a ideia de que observam uma sociedade demasiadamente fragmentada para que seja inteiramente compreendida pelas pessoas, assim como ambos concordavam no papel crucial que a imprensa desempenhava no quadro de uma democracia vibrante, como, de resto, Hermida *et al* (2011) bem realçam numa análise que fazem sobre o jornalismo participativo atual, sob as lentes do debate travado entre Dewey e Lippman.

Tal revisitação confirma a presença de duas visões sobre o jornalismo. Lippman entende-o segundo um sistema hierárquico onde coexistem os consumidores de informação e os que a produzem e disponibilizam; Dewey olha para o jornalismo como um sistema colaborativo construído com base no debate e no diálogo e, diversamente de Lippmann, considera a democracia — ou a vida democrática como preferia dizer — como condição *sine qua non* à liberdade dos cidadãos. Em seu entender, como de resto não hesitamos em

estar de acordo, a plena liberdade de comunicação, que contém as noções de livre opinião e informação (e também de educação), constituem pilares essenciais de uma boa e salutar vida em democracia, com um potencial impacto positivo na esfera governativa e correspondentes escolhas políticas.

Ambos, no entanto, concordam no poder de influência da imprensa — à época o principal espaço da prática jornalística.

Na revisitação que fez a esse debate, no sentido de nele descortinar possibilidades novas e de o entender à luz da era da Internet, Nathan Crick sublinha as diferenças já aqui acentuadas e que Celmer (2014) também corrobora, para propor a cooperação entre especialistas e cidadãos comuns como forma de experimentação de soluções (Crick, 2009). Este autor vê ainda a Internet como uma oportunidade de valorização da vida em democracia, embora não deixe de alertar para os seus conhecidos riscos e fragmentação de públicos e audiências. Celmer (2014), por seu lado, preconiza “a criação de um programa informativo independente suscetível de integrar as élites intelectuais apontadas por Lippmann e a criatividade artística sugerida por Dewey” (p. 54).

Diante dos atuais dilemas, ameaças e desafios que a democracia enfrenta e a onda de pessimismo que amiúde se vai manifestando, ganham especial acuidade as ideias há um século defendidas e propostas por Dewey: necessidade de uma maior educação e empoderamento dos cidadãos. Não é disto que se fala, afinal, quando hoje se propõe uma maior literacia mediática como forma de resistência e barreira à desinformação, assim como quando se defende uma clara separação das águas entre o jornalismo de interesse público, que contribui para a construção de uma cidadania mais bem informada, e os restantes conteúdos que com ele coexistem no espaço mediático?

Acresce, ainda, na linha do pensamento de Dewey, que a questão do conhecimento e o acesso a ele, que constitui um ponto central do seu raciocínio, deve ser vista na perspetiva do cidadão-participante-ativo. Porém, concorda com Lippmann, quando este afirma que a visão originária de democracia oriunda do grupo dos “founding fathers” se revela ultrapassada

e deficiente na sua expectativa de ter de lidar com cidadãos omnicompetentes. O que os afasta de novo, é o modo como esta insuficiência individual de capacidade cidadã pode ser ultrapassada. Considerando que as pessoas não vivem atomizadas, mas que constroem conhecimento através dos seus relacionamentos sociais, Dewey entende, telegraficamente falando, que o conhecimento é um processo que existe e se desenvolve em associação e comunicação com o(s) outro(s). O seu foco e argumento, portanto, repousa na ideia de um conhecimento social. “A democracia — diz ele em *The public and its problems* — deve começar em casa, e a sua casa é a comunidade vizinha” (1927, p. 213).

Perante a atual desmaterialização dos processos comunicacionais e informativos, as relações intersubjetivas e sociais, na linha da ideia de associação preconizada por Dewey, ocorre e tem lugar nos novos espaços digitais, onde as redes sociais desempenham um papel determinante. É também por estes novos territórios da comunicação que passam hoje as discussões da vida democrática, o que inclui também a presença da informação jornalística.

Democracia apressada

A democracia, como regime estribado no debate e opinião pública, conquista as suas esporas de cidadania através do intercâmbio de ideias, da discussão aberta e livre, mas desejavelmente informada, porque ela é um processo de aperfeiçoamento social, educacional e político, logo, sujeito a influências e turbulências de várias ordens. Até nos casos em que ela se nos apresenta disfuncional, a democracia “continua a ser epistemicamente imbatível” (Innerarity, 2021, p.314), o que não significa que não tenha, permanentemente, de melhorar os seus recursos cognitivos, na medida em que as suas próprias fragilidades só se resolvem com mais democracia. Ou seja, os problemas de hoje foram bem mais graves no passado.

Mesmo quando a “impaciência do homem democrático”, na expressão de Rancière (2014, p. 30), se expressa nas narrativas ansiosas dos médias e com elas favorece os discursos dos populistas desejosos de aproveitar a

mínima brecha no sistema, tal precipitação corresponde à dimensão de imediatez do tempo presente que parece ter perdido a noção do longo prazo.

O tempo da política, como da Justiça não é semelhante ao dos média. De resto, enquanto conceito, o tempo desde sempre mereceu amplas reflexões. Santo Agostinho, não lhe perguntando o que era o tempo sabia; porém, se lhe perguntavam e ele queria explicar, já não conseguia. E há um século, em Paris, num célebre diálogo público, a propósito de tempo e relatividade, entre Bergson e Einstein, este resumiu a questão numa simples pergunta: “o tempo do filósofo será o mesmo do físico?” (Klein, 1995, p. 83). Como discutir, pois, acerca de algo tão fluido, impalpável e impossível de captar e reter, não obstante a sua presença e pressão constante nas diferentes esferas da ação humana? Estas conferem-lhe, no entanto, uma dimensão psicológica e será por essa via que o tempo, consoante as características inerentes a cada microcosmos e atividade profissional anuncia a sua presença.

Esta, porém, nem sempre foi a mesma e também não é imutável. O tempo dos média, hoje, é diferente do de há duas ou três décadas e tanto mais diverso será quanto mais recuarmos no calendário. O tempo da notícia, digamos assim, é agora incomparavelmente mais urgente, os ciclos informativos são constantes, mesmo que não haja nada de novo para noticiar, e a informação chega sob a forma de “alertas” ou outros modelos aos dispositivos móveis individuais de cada cidadão, que por via dessas virtualidades computacionais como que se alcançaram ao estatuto de leitores/espetadores ubíquos. Em junho de 2021, o Núcleo de Jornalismo (Brasil) lançou o “bot Weber” destinado a divulgar, a cada três horas, os tweets mais populares dos políticos brasileiros.²

Portanto, a lógica mediática, inserida num sofisticado esquema comercial e empresarial de entrega de informação ao domicílio não é compaginável com os ritmos de trabalho de outras áreas de ação, onde o sentido de urgência e de “última hora” não constituem os respetivos códigos de atuação. Acresce, ainda, que os termos predominantemente simplistas com que a

2. https://twitter.com/weber_bot/status/1404791276004950027

informação é construída, de forma a que seja não só mais facilmente consumida, mas também mais apetecível, influenciam a dimensão performativa dos discursos especialmente pensados para o cenário mediático. E ao serem pensados com essa finalidade, assiste-se ao exercício da política a reagir às suas próprias representações no espaço mediático, crescentemente transformado em território da teatralidade política. Há em todos estes gestos e práticas quotidianas, reforçadas pela influência e ecos das redes sociais uma ideia de consumo imediato. Por força da intervenção e presença contínua dos média, a política enquanto representação da vida em democracia, como que é obrigada a viver de impulsos, a reagir prontamente à afirmação do respetivo adversário, motivando de imediato recíprocas reações. O ambiente democrático oferece-nos assim uma imagem de hiperatividade nada recomendável e na qual está ausente a dimensão contemplativa da vida, de que Nietzsche nos fala em *O crepúsculo dos deuses* e, vários séculos antes, encontramos já em *A nuvem do não-saber*, obra anónima escrita no final do século XIV por um monge inglês, na qual se impele o leitor para uma impressionante viagem mística onde a dimensão espiritual da escrita constitui o maior e principal convite à contemplação da vida.

Emerge, assim, dessa pressa contrária a qualquer ideia contemplativa e de reflexão, um certo sentimento de impaciência, como se fosse possível exigir a suspensão do tempo que medeia entre uma decisão e o seu impacto, uma vez que a racionalidade dominante é a que deseja abreviar o futuro, para o transformar, como refere Byung-Chul Han (2014b, p. 41), “num presente prolongado”, cujo ideário se rege pela satisfação do imediato:

A política está concentrada no curto prazo e rege-se pela lógica dos períodos legislativos e do calendário eleitoral, o que associado à aceleração social, leva a atuar quando as coisas já não têm remédio, a legislar sobre o passado, a praticar gestos de soberania que não têm nenhuma eficácia (Innerarity, 2021, p. 316).

Diante dessa aparente lentidão, os média cheios de pressa e ávidos de uma atualidade sempre renovada, como que desconfiam das virtualidades democráticas através de uma crítica constante às instituições, de que resulta, em

regra, uma imagem delas desfavorável e fragilizada. Ou seja, o organismo político, isto é, tudo aquilo que constitui a infraestrutura democrática obedece a um ritmo de construção e sedimentação lento, ao invés do que sucede com a transitoriedade da vida em sociedade, muito mais veloz e transformadora, sobretudo desde que a sua aceleração passou da máquina a vapor para a eletricidade, do analógico para o digital.

Perante este quadro coletivo de mudança, o futuro da democracia, como sustenta Innerarity (2021), “depende da sua capacidade de estar à altura dos desafios que uma sociedade do conhecimento levanta” (p. 321). Não se dirá o mesmo do jornalismo e das suas responsabilidades? Se assim não for, com que lógica ou sentido podemos falar de uma sociedade do conhecimento ou da informação, como se preferir, se não tivermos como horizonte de exigência o aumento do nível cognitivo do trabalho que se produz, num contexto organizacional de tomada de decisões que tem de continuar a ser normativo?

Ver quase como Deus

Avulta, ainda, no quadro deste cenário, a noção que a comunidade jornalística ocidental possui acerca do seu papel — que considera nuclear — no bom funcionamento da democracia e na missão que lhe compete levar a cabo, de modo a assegurar a informação necessária aos cidadãos, para que estes possam autogovernar-se e tomar, em consciência, as melhores decisões, como Kovach e Rosenstiel referem em *Os elementos do jornalismo*.

No contexto da comunicação de massa, os públicos não dispunham, ainda, das tecnologias que mais tarde lhes vão dar o empoderamento de que usufruem atualmente. Porém, desde o uso da tradicional epistolografia, designadamente através das conhecidas “Cartas ao diretor” e, mais tarde, por intermédio da introdução do uso do telefone no processo de aproximação dos ouvintes aos programas de rádio, que os cidadãos e cidadãs têm a faculdade de poder intervir e relacionar-se de forma ativa — embora os processos sejam notoriamente assimétricos — com os meios de comunicação de massa.

A questão é que a transformação progressiva dos média, que deixaram de ser *de massa* para serem *em rede*, alterou profundamente tanto a sua lógica de comunicação e de relacionamento com os seus públicos, como a sua própria estrutura interna, antes focada apenas ou predominantemente dedicada aos fluxos informativos.

Agora, e especialmente desde que Gillmore, em *Nós os média*, quando as redes sociais não passavam, então, de uma promessa de futuro, já antecipava que “o antigo público tem o papel mais importante nesta nova era: os cidadãos têm de ser utentes ativos das notícias, não meros consumidores” (2005, p. 229), aquilo que se pretende e incentiva é a crescente participação dos públicos.

Os pressupostos do raciocínio de Dan Gillmore estavam ancorados nas novas ferramentas e nos meios emergentes, os quais, na sua expressão, “criaram, ou pelo menos exacerbaram, difíceis questões de credibilidade e de justeza” (2005, p. 228). Tais avanços não apenas possibilitam a participação de cada um, como nos transportam, como coletivo, para qualquer lugar do mundo, a fim de seguirmos e assistirmos em direto ao desenrolar da História. Vemos “quase como Deus vê”, propõe a este respeito Thomas de Zengotita (2006, p.20), para quem nós conseguimos estar em toda a parte e ao mesmo tempo, fruto da espantosa cobertura mediática que em certo sentido anulou a velha oposição entre “representação e realidade, entre fingimento e autenticidade, entre artificial e natural” (2006, p.23-24).

O sentido de participação que em Mafesoli representa *une éthique de la reliance* reforça, no fundo, a dimensão participativa dos média atuais ou, talvez mais rigorosamente, a possibilidade de participação e, no limite, até de co-produção informativa entre cada *médium* e os seus públicos. As questões morais, éticas e deontológicas ocupam, aqui, o centro das preocupações de Mafesoli (2007), ciente da complexidade do problema e das múltiplas variantes que ele suscita. Dir-se-á, assim, que a visão de Dewey, ao defender que o conhecimento pressupõe interação e comunicação, conhece uma renovada atualidade, reforçada ainda com a perspetiva de olhar para o cidadão como um ator participativo.

Giovanni Sartori, professor nas universidades de Florença e de Columbia, propõe, com as suas inquietações acerca da natureza humana — cujo comportamento, afirma, foi alvo de evidentes alterações sob a influência do *telever* —, que olhemos para o fenómeno da informação e do exercício da democracia com bastantes reservas. Em *Homo videns*, o investigador italiano estabelece uma distinção entre opinião pública e opinião de massas, aproximando-se nesta categorização da perspectiva de Lippman, ao considerar que tal tipologia se baseia “no contraste entre elite e não” (2000, p. 151). Em Sartori, no entanto, já não é a imprensa que o preocupa e motiva a investir na compreensão dos comportamentos e relacionamentos dos cidadãos com os média, mas sim o poder de influência da televisão — ainda dominante numa parte considerável de países. Um estudo publicado em agosto de 2022 pelo NiemanLab, levado a cabo por investigadores das universidades de Standford, Pennsylvania e Microsoft Research, que acompanhou os hábitos de consumo de notícias televisivas de dezenas de milhares de adultos americanos todos os meses entre 2016 e 2019, concluiu que a televisão — não a web — é o principal motor da segregação partidária do público entre os americanos.

É neste contexto que têm de ser entendidas as palavras de Sartori, quando critica de forma muito acutilante as lógicas televisivas e o tipo de informação e de conhecimento que elas veiculam e cujo impacto é particularmente visível na degradação da democracia, cuja perda de qualidade está a transformar o cidadão em hipocidadão:

O cidadão exprime, e exprime-se, numa opinião pública, enquanto o subcidadão, que nem sequer se interessa pela sua cidade, se exprime numa opinião de massas. Que é, aliás, o estado da opinião que mais enterra a própria possibilidade de ter acesso a informações infinitas. Mas nem dizer isso é como dizer que a cidadania no capitalismo permite a todos de se tornarem capitalistas (Sartori, 2000, p. 152).

O modo agreste como vê e interpreta estes fenómenos estende-se sem surpresa ao que designa por tecnopolítica, porquanto considera que pré-existe

um problema ou insuficiência face ao que a tecnologia pode oferecer. Por outras palavras, não é suficiente no tempo presente entender a realidade virtual que não passa de uma espécie de irrealidade, no sentido em que “é realidade apenas no vídeo” (2000, p. 26), quando a montante do processo se regista a ausência de todo um conhecimento — de uma literacia, dirá Sartori a certa altura — e também de motivação capazes de enformar e informar esse desejado (e sonhado) cidadão com o nível de consciencialização crítica para não se deixar alienar :

As possibilidades da tecnopolítica são uma coisa; a realidade de uma tecnopolítica gerida por videocidadãos e por subcidadãos, outra bem diferente. E o mundo real não está a desenvolver-se no sentido do “primeiro conhecer, depois escolher”, mas sim no sentido de um “escolher sem conhecer”. Com um adeus, assim sendo, à democracia deliberativa (Sartori, 2000, p. 155).

Ainda em pleno império do analógico, um estudo realizado por Katz, Gurevitch & Haas (1973) sobre o consumo dos média apontava já o desejo de integração na ordem sociopolítica como uma das primeiras preocupações na satisfação das necessidades, tanto ao “nível cognitivo (reforço dos conhecimentos, da informação), como ao nível de integração (aumento da estabilidade e da partilha de valores)” (p. 176). É curioso observar que já nessa altura aspetos como “sentir que os outros pensam como eu” e “sentir que sou influente” (p.176) assumem um notório protagonismo no âmbito das relações intersubjetivas. Os amigos aparecem, assim, nesse estudo como o principal apoio e suporte à confiança e segurança pessoais, suplantando, inclusivamente, o papel da família.

Resulta evidente, a nosso ver, que a relação (ou o compromisso) do jornalismo como a democracia, além de ser uma questão antiga, representa uma necessidade do tempo presente. Este, como observamos, é demasiado veloz, transitório, incerto. À impaciência do homem democrático há que opor um paciente sentido de vigilância cidadã.

9. O jornalismo diante das fricções democráticas

O que prepara os homens para o domínio totalitário no mundo não totalitário é o facto de a solidão, que já foi uma experiência fronteiriça, sofrida geralmente em certas condições sociais marginais como a velhice, ter passado a ser, no nosso século, a experiência diária de massas cada vez maiores.

Hanna Arendt, *As origens do totalitarismo*

De acordo com a 10ª edição do Digital News Report 2021¹, do *Reuters Institute*, a idade média de um leitor pagante, na maioria dos países, é superior aos 50 anos, embora a população jovem, entre os 15 e os 34 anos, represente um terço das audiências na maioria dos média no Reino Unido. Isto mesmo é bem evidenciado num artigo publicado a 29 de julho de 2021, pela *Press Gazette*², com base no estudo do *Reuters Institute*, para quem este fenómeno da desconexão entre públicos e informação resulta da circunstância de os média persistirem na ideia de que lhes compete continuar a dizer às pessoas o que elas devem saber, sem se preocuparem em ouvir mais e com mais atenção os cidadãos. E, sobretudo, o que é mais relevante e decisivo para a vida desses mesmos cidadãos.

Esta incomunicabilidade manifestada nas frágeis relações de fidelização entre média e públicos deveria, em condições normais, fazer soar todas as campanhas de alarme. Talvez, mesmo, declarar o estado de emergência, visto que um dos pilares da vida em democracia está em risco, em consequência dessa *décalage*.

1. O estudo abrange leitores online de 46 países: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021>.

2. Para mais detalhes: "Young readers are passing mainstream news by, but what can publishers do about it?": <https://www.pressgazette.co.uk/young-people-not-reading-mainstream-news-what-can-publishers-do-about-it/>

Se “a realidade informativa flui continuamente”, como observa Innerarity (2010, p. 101), devidamente alimentada por ingredientes suficientemente testados e apetitosos para garantir o mínimo necessário da atenção que se compraz com o conflito, em detrimento da presença da verdade, aquilo que tais procedimentos asseguram é a ritualização do espetáculo enquanto encenação da ideia de liberdade. Esta materializa-se, digamos assim, ainda através da representação de opiniões conflitantes enquanto expressão das tensões existentes no interior das sociedades democráticas, embora raramente tais dissensões firam o quadro dominante de pensamento: “não se impõe que todos pensem o mesmo, mas sim que devem pensar *acerca* do mesmo”, no sentido em que os média devem, sobretudo, “assegurar uma realidade de referência” (Innerarity, 2010, p. 102). Nada de muito diferente, aliás, do que a Teoria do Agendamento há várias décadas postula.

Sendo assim, e porque está em causa aqui uma vez mais a relação entre jornalismo e democracia, a dúvida que nos assalta é ao mesmo tempo simples e momentosa: para que serve a liberdade e como a utilizamos? Ou ainda: mais liberdade ajuda na construção de melhor democracia? E melhor democracia implica mais diversidade? É impossível, a nosso ver, desligar esses conceitos e por isso os vamos abordando ao longo desta obra, no justo pressuposto de que as práticas jornalísticas a isso obrigam.

Um exemplo que nos ocorre, olhando para a realidade portuguesa, é a cobertura, em 28 e 29 de agosto de 2021, do 23º Congresso do Partido Socialista, cujo secretário-geral na altura eleito para novo mandato de dois anos — e então Primeiro-ministro — passou os dois dias do convénio a ser questionado acerca da sua sucessão, situação que apenas se colocaria daí a dois anos. Com tantos e mais prementes assuntos para abordar e perguntas para colocar ao chefe do governo e líder do principal partido do país, os jornalistas, sobretudo de televisão, pareciam estar apenas focados em competir entre si para ver qual deles conseguia a frase ou palavra mais chamativa e capaz de alimentar, depois, emissões de debate em torno do que, recuperando uma expressão antiga usada num outro contexto relativamente a outro governante, classificaram rápida e simplifadamente de “tabu” de António Costa.

Nada dizendo aos jornalistas sobre o seu futuro dali a dois anos, aqueles imediatamente criaram, com base na ausência de uma desejada resposta, um slogan — “tabu” — que artificialmente foi transformado em acontecimento e assim ascendeu à categoria de notícia, construindo aquilo que Innerarity (2016) designa por realidade enganosa e encenada dos meios de comunicação. Que, por sua vez, logo foi objeto de vários debates e análises. Ou seja, um não acontecimento arvorado em não notícia alimentou espaços mediáticos informativos — em jornais, rádios e televisões — com base em uma não informação. Qual a relevância noticiosa e o interesse público em alimentar uma discussão destas? Qual o seu contributo para a valorização e enriquecimento da vida democrática e para uma melhor informação prestada aos cidadãos? Em última instância é isso que está em jogo — a epistemologia jornalística como elemento enriquecedor e constitutivo da vida democrática. Ou seja, não basta haver um clima de liberdade de informação e de circulação de ideias que caracteriza o ambiente democrático, proporcionando as melhores condições para o exercício do jornalismo. É fundamental que este, no pleno e responsável exercício da sua missão e objetivos, supere a noção normativa e formalista que enquadra a sua livre prática, para se assumir como um corpo vivo que não deseja apenas repousar e respirar despreocupada e tranquilamente no território que lhe é oferecido. Exige-se dele que, por via das suas próprias artérias e tecidos, seja um elemento determinante e constitutivo desse mesmo ambiente democrático, podendo e devendo interagir com ele, se possível e desejavelmente, contribuir para o seu aprofundamento e melhoria.

A não ser assim, o “demopoder” dos média, expressão que Sartori (1999, p.119) utiliza na sua visão crítica acerca do papel da televisão quando discorre sobre a deficiente dieta informativa que (nos) é servida pelos gestores do domínio simbólico dos cidadãos, acaba por resultar num equívoco. Esta noção de “demos” que Giovanni Sartori vai pedir emprestada a Ghita Ionescu tem implícita a ideia de manipulação dos média, no sentido em que estes não são neutros nem atores desinteressados, até porque funcionam com base em escolhas e opções ditadas por quem verdadeiramente os dirige.

Nessa perspectiva são os tais gestores do domínio simbólico que impõem o ponto de vista que é mostrado e dito, em suma, o modo e o tom como a informação é dada e transmitida.

Roger Mucchielli, em *A subversão*, discorre também acerca do papel e ação dos média tanto na fabricação de uma opinião pública, como no processo de desacreditação e descredibilização da autoridade (poder). O seu foco é perceber os diversos graus da ação subversiva e como os média, através da criação do que hoje chamaríamos de narrativas alternativas, poderiam social e politicamente atuar. É neste contexto que Mucchielli (1979) considera que é necessário saber usar com destreza as armas da manipulação, pois só assim se conseguirá inculcar a ideia de que mais importante do que a vida real, é aquilo em que as pessoas acreditam. Lamentavelmente, o atual ecossistema mediático, onde os fenômenos das *fake news* e verdades alternativas têm uma presença avassaladora, mantêm atuais as reflexões do psicólogo francês falecido em 1981 e de cuja vasta obra sobressai a análise sobre a criação de estratégias destinadas a minar o poder e com isso enfraquecer os valores em que ele assenta.

Na sociedade dos écrans

Ao condicionarem a nossa percepção da realidade construindo-a, por sua vez, através das narrativas que elaboram, de que nos fala Baudrillard em *Simulacros e simulação* (1981), a presença dos média pode, na verdade, determinar o próprio rumo dos acontecimentos, isto é, da realidade. Porém, que realidade virtual será essa que no seu processo hipermediático de construção de novas imagens e informação, para recorrermos a Baudrillard (1996), arrisca eliminar através do seu movimento contínuo a realidade pré-mediática? Nesse mundo de aparências, como diria o mesmo filósofo e sociólogo francês, “a imagem já não pode imaginar o real, visto que o é. Já não pode sonhá-lo — argumenta Baudrillard —, visto que é ela a sua realidade virtual” (1996, p. 26).

Guy Debord, co-fundador e um dos principais teóricos da Internacional Situacionista³ antecipara em *A sociedade do espetáculo*, publicada pela primeira vez em 1967, uma visão crítica sobre esse mundo e os seus mecanismos que conduzem à predominância e domínio do espetáculo sobre a vida:

Toda a vida das sociedades nas quais reinam as condições modernas de produção se anuncia como uma imensa acumulação de *espetáculos*. Tudo o que era diretamente vivido se afastou numa representação” (Debord, 1991, p.9).

Quererá isso dizer, como se questiona Lipovestky em *A era do vazio*, se “a coberto da modernidade não estaremos a deixar escapar o essencial por entre os dedos?” (1989, p. 49). Aproxima estes autores a ideia de interpelação e de crítica de uma sociedade crescentemente consumista e hipertecnológica, pontuada por uma erosão das identidades sociais e afirmação definitiva de um individualismo em que os universos das imagens e da informação guiados segundo valores hedonistas geram e produzem novas formas de comportamento e do seu controle. Hoje vivemos centrados em nós e para nós mesmos, insiste Lipovetsky (1989), ao trazer para o debate as atitudes narcísicas que alguns autores da Internacional Situacionista, duas décadas antes, já discutiam e tinham introduzido nas suas críticas às narrativas publicitárias e à preocupação emergente de quase congelação da vida individual por intermédio de instrumentos tecnológicos capazes de fixar um instante como se este tivesse, através da imagem exibida, uma vida própria e se impusesse pela sua exposição, ainda que de forma virtual, ao momento realmente vivenciado. É este predomínio do espetáculo sobre a vida, da hegemonia do instante e do estimular de necessidades em contraponto com o apagamento do sentido histórico, é esta sociedade que “repousa sobre a indústria moderna” que leva Debord a classificá-la de “*espetaculista*” (1991,

3. Movimento politicamente anarquista e radicalmente crítico dos fundamentos da sociedade capitalista, atacou várias instâncias, como a arte, o urbanismo e o jornalismo, enquanto elementos reprodutores de uma ideologia dominante que reduz os cidadãos a mera mercadoria. Muito telegraficamente, entendia, ainda, o capitalismo como o palco propício das realidades virtuais, em que o presente ou o que era diretamente vivido era transformado em espetáculo. Fundada em 1957 e autodissolvida em 1972, a Internacional Situacionista tem, pois, na sua designação, um significado oposto ao que na tradição portuguesa se designa por força ou parido da situação.

p. 14), neologismo que sintetiza e reúne as dimensões especulativa (e portanto da economia) com a de espetáculo (e portanto dos média).

Mais tarde, em *Comentários sobre a sociedade do espetáculo*, Debord não só mantém no essencial o que antes escrevera, como apura o sentido crítico da sua argumentação sobre todo um sistema que tinha, entretanto, mostrado uma enorme capacidade de resiliência e de sofisticação organizativa e estratégica:

A discussão vazia sobre o espetáculo, isto é, sobre aquilo que fazem os proprietários do mundo, está, assim, organizada *por ele mesmo*; insiste-se sobre os grandes meios do espetáculo, para nada dizer sobre a sua ampla utilização. Com frequência prefere-se chamá-lo, em vez de espetáculo, o mediático. E, assim, quer-se designar um simples instrumento, uma espécie de serviço público que geriria com um imparcial “profissionalismo” a nova riqueza da comunicação de todos através dos *mass media*, comunicação enfim chegada à sua pureza unilateral, onde se faz admirar sossegadamente a decisão já tomada. Aquilo que é comunicado são ordens; e, muito harmoniosamente, aqueles que as deram são igualmente aqueles que dirão aquilo que pensam delas (Debord, 1995, p. 18).

Dir-se-á que o contexto em que Debord escreveu a sua obra-manifesto se alterou muito, razão que o motivaria, de resto, a regressar ao tema para apurar a sua visão crítica. Mesmo assim há quem, como Antonio Rubim (2002), em “Espetáculo, política e mídia”, critique a visão do autor francês, que reduz o espetáculo a um determinismo económico e, por conseguinte, o situa e entende, exclusivamente, na esfera de ação das dinâmicas capitalistas. Rubim está a pensar na dimensão do espetáculo enquanto manifestação inerente à sociedade humana, independentemente do seu estado de evolução e do contexto em que ele existe e se projeta. Debord olha para o fenómeno como um produto de consumo, no qual se transformou também a própria mediação e onde, por via da supremacia e poder da imagem, tudo tende a ser produzido, reproduzido e consumido como espetáculo.

Com o decorrer do tempo, somos agora tentados a concordar com Foucault, para quem vivemos numa sociedade de vigilância e não de espetáculos. Ou, afinando a perspectiva foucaultiana, a vigilância tornou-se ela própria um espetáculo, na sociedade dos écrans em que vivemos: “és tão bonita que quase não consigo continuar a olhar para o taxímetro”, diz Woody Allen, no banco de trás do táxi, a Diane Keaton, em “Manhattan”. O filme é de 1979 e esta frase trocada em um dos muitos desconcertantes diálogos entre Isaac Davis e Mary Wilkie, personagens centrais que deambulam pela tela e pela cidade que nos é mostrada a preto-e-branco sob a música de Gershwin, remete-nos para o poder quase totalitário de atração do écran.

Talvez possamos (ante)ver nesse diálogo uma metáfora sobre um poder que se adivinha, mas que ainda não tem a força que vários anos depois, por força dos avanços da tecnologia, se haverá de classificar como “antropologia do ciberespaço” (Hardt & Negri, 2000 *apud* Deuze, 2011, p. 138), como expressão de uma nova forma de interação social, em que as pessoas passaram, ao mesmo tempo, a consumir, coproduzir e disseminar informação através das mais variadas plataformas e dispositivos. Paulatinamente, sustenta Deuze (2011), passamos a viver as nossas vidas nos média, conectados como nunca estivemos antes, em contacto permanente com os outros, atendendo, se for o caso, às expectativas das nossas audiências, interagindo e atuando num ambiente comunicacional que nos aproxima de tudo e de todos, incluindo com o universo da política.

É neste ponto que estamos hoje: na “instância da imagem ao vivo”, na expressão de Bucci, (2021, pp. 47-48), a qual tem um efeito totalizante e homogeneizador, de forma a “unificar o mundo para compactá-lo (2021, p.48). Neste novo mundo, em que o olhar se sobrepõe ao pensar, na medida em que a imagem venceu a palavra, o jornalismo, por arrastamento, deixou-se seduzir por uma nova estética de atuação e comunicação. Nem todo, porém. Subsistem casos exemplares que continuam a praticá-lo como exercício da razão e segundo os princípios normativos da profissão, embora o pelotão na sua corrida desenfreada “preste vassalagem ao Imaginário

superindustrializado” (Bucci, 2021, p. 50) que tem na referida “instância da imagem ao vivo o altar-mor da comunicação global” (p. 52).

A era digital consagrou em definitivo a importância central da imagem nos processos e códigos de comunicação, ao tornar tecnicamente mais eficientes e amigos do consumidor muitos formatos televisivos, ao mesmo tempo que potencializou as ligações entre indivíduos e deu a estes capacidades inteiramente novas e até então desconhecidas de relacionamento social e acesso à informação. Isto mesmo está contido no pensamento de Eugênio Bucci, pelo que a sua visão crítica sobre as atuais regras dominantes no fabrico e distribuição da comunicação resultam do seu entendimento acerca das lógicas e critérios ditados pela razão capitalista do universo *high-tech*, cujo poderio colonizou todas as áreas do entretenimento e da informação. Assim se percebe que esta tenha, progressivamente, vindo a tornar-se em mais uma arena “sanguinolenta de feras que se digladiam em torno do vazio” (Bucci, 2021, p. 51), convivendo no interior dessa *instância da imagem ao vivo* todo o tipo de personagens e marcas que, na sua diversidade, conferem ao espetáculo servido a sua desejada unidade. Daí que para esta *disneylandização* em que a informação é transformada, o todo sobrepõe-se ao particular, porque a finalidade, como num grande parque de diversões, é passar do comboio-fantasma para a montanha-russa, desta para o castelo da Bela Adormecida e depois voar com Peter Pan, sem parar:

Ela é Madonna versus Michael Jackson, Coca-Cola versus Pepsi-Cola, Samsung versus Apple; ela é discurso de ódio de fascistas e, principalmente, uma cibermiríade de políticas identitárias em frenética ira, em que uma logomarca se confunde com o cromossoma marcador de uma etnia. Ela faz o que é essencial parecer episódico, e o que é episódico dominar o essencial (Bucci, 2021, p. 51).

Da comunicação híbrida

No mundo atomizado que habitamos, embora ligados em rede, e onde os acontecimentos para verdadeiramente ascenderem a essa categoria têm de possuir uma carga de espetacularidade, são os média que nos fornecem

a matéria-prima da nossa realidade. É essa espécie de “mundo em segunda mão”, no dizer criativo de Daniel Innerarity, que “aumenta cada vez mais a quantidade de informação que se refere àquela parte da realidade” (Innerarity, 2010, p. 90) a que acedemos. Seja no domínio das artes ou da política, observar locais distantes e obter dados e pistas sobre a tecnologia ou sobre ciência, ficar a conhecer — mesmo que ilusoriamente — pessoas transformadas em personagens mediáticas, é através dos média que construímos a nossa imagem do mundo. Donde, essa tal realidade da nação democrática que apreendemos é uma realidade mediatizada, logo, escolhida e selecionada entre outras realidades e mundos possíveis de serem revelados. Mas é também uma realidade encenada, o que significa que contém em si a ideia de representação, a qual, como já vimos antes, vive e afirma-se tanto mais quanto maior for a sua hipótese de dramaticidade enriquecida com a desejável carga de espetacularidade, a que não faltará o necessário cuidado na seleção do *casting*:

Os meios de comunicação talvez sejam a instituição que mais contribui para que vivamos em campanha permanente: tendem a informar acerca do governo como se se estivesse em campanha e a informar acerca das campanhas como se elas tivessem pouco que ver com o governo. Os políticos e os comentadores preferidos para os debates nos meios de comunicação costumam ser os mais extremistas ou combativos, os que melhor representam o conflito das posições; quem é mais proclive ao compromisso não sai bem em televisão. Este é mais um dos efeitos que decorrem da dura competição pelas audiências. Torna-se mais atrativo em termos informativos apresentar os políticos numa batalha encarniçada pela sobrevivência que as complexidades de uma negociação subtil (Innerarity, 2016, p. 161).

Essa capacidade de determinar o que acontece mais a respetiva intensidade, assim como decidir acerca do que deve escolher-se e como mostrar, que a teoria do “Agenda setting” e os procedimentos de “gate-keeping” tão apropriadamente enquadram e explicitam ajudam-nos a perceber as opções e operações dos média, mas dizem-nos pouco acerca dos bastidores dos

processos de construção noticiosa e também dos pseudo-acontecimentos que Daniel Boorstin nos primeiros anos da década de 1960 tão bem teorizou.

Não vamos dizer, como Baudrillard afirma a certa altura, que estamos perante o desmoronamento do que poderíamos chamar de “razão mediática” (Baudrillard, 1996, p. 102), no sentido em que se assiste a uma espécie de libertação — ou de vitória? — do objeto enquanto mercadoria, sobre o sujeito, como consequência inevitável do processo técnico e tecnológico que alterou o centro de gravidade do nosso mundo. O que reforça a necessidade de se perceber e discutir o papel e capacidade de decisão desse mesmo sujeito — “iremos todos trabalhar para as máquinas inteligentes, ou as máquinas precisarão de pessoas inteligentes para funcionar?” (Zuboff, 2020, p.17) — num quadro marcado por uma tecnicidade crescente, onde a função e o dever da informação assumem uma maior responsabilidade, e onde a noção de cidadão tende a ser substituída pela de consumidor.

Impõe-se, por isso, saber: o jornalismo, os média noticiosos ainda são, como no passado, instrumentos da ação ideológica? Empregamos aqui o termo “ação ideológica” em sentido amplo, ou seja, não circunscrito à sua missão de militante de causas partidárias, mas à tarefa de veículo informativo que, retornando às ideias de James Carey, o responsabilizam enquanto ator capacitado e esclarecido para agir na esfera pública e, ainda, enquanto veículo reproduzidor da visão dominante (quando não hegemónica) que impõe a sua narrativa sobre todo o processo de organização da sociedade. Esse agir tem impacto na formação da opinião pública, a qual é resultado, em boa parte, das escolhas noticiosas que são feitas; da exposição e protagonismo de determinados temas e pessoas; na capacidade (e vontade) de escrutínio dos diversos poderes e de intervenção na sociedade; na preparação e fôlego profissional das respetivas redações. Donde, o jornalismo não pode nem deve alijar qualquer responsabilidade nas opções editoriais e noticiosas que faz, porque elas são feitas num contexto democrático, isto é, de liberdade de escolha. Mais: quando escolhe os temas sobre os quais fala, quando seleciona quais as figuras e responsáveis políticos (económicos, etc) a cujas opiniões vai proporcionar exposição mediática e de que forma o faz, tais decisões

correspondem a uma emanção da sua autonomia de ação, de compromisso com o respetivo estatuto editorial e de respeito para com os princípios deontológicos e éticos da profissão. O modo como interpreta e põe em prática todos estes aspetos consubstancia o entendimento que esse(s) veículo(s) têm acerca do papel e função do jornalismo nas sociedades democráticas e do exercício da própria profissão.

Dir-se-á, no entanto, como Carey (1997) há muito antecipara, que a chamada sociedade da informação transformou radicalmente as bases organizacionais sobre as quais o jornalismo operava, criando um sistema industrial de produção de conteúdos, onde muitas vezes é difícil distinguir a ficção e outras formas narrativas não jornalísticas, dos factos em que assenta a escrita noticiosa. James Carey vai ainda mais longe, ao sustentar que é muito difícil determinar onde é que o jornalismo termina e outras formas de comunicação começam, da mesma maneira que as linhas entre diferentes géneros jornalísticos estão igualmente quebradas:

Pode alguém pretender, de forma séria, distinguir hoje, com inteira precisão, as diferenças entre a reportagem e ativismo; entre notícias, análises, e comentário; entre opinião e facto; entre o editorial e as páginas de informação; ou, frequentemente, entre o que é publicidade e o editorial? (Carey, 1997, p. 330).

Este hibridismo que aqui é apontado e que nos últimos anos tem sido potenciado de forma evidente pelos meios digitais e audiovisuais, remete para a crescente porosidade de fronteiras que têm delimitado o agir jornalístico de que nos fala Joaquim Fidalgo (2019), fenómeno este que não deve ser mitigado, antes discutido e problematizado, porquanto, à sua medida, ele reforça algo que é fundamental ter presente: a perda do monopólio informativo e de distribuição de informação a larga escala e à distância, por parte dos média tradicionais e, conseqüentemente, a perda da antiga centralidade social do jornalismo. O crescente protagonismo dos espaços de entretenimento na paisagem mediática constitui, por outro lado, um fator de enorme e inegável concorrência, não apenas confirmando as dúvidas colocadas por Carey,

mas aprofundando esse esbatimento de fronteiras entre o que é informação e o que pertence a outros domínios da comunicação, na linha do que Bucci (2021) analisa na sua obra, *A superindústria do Imaginário*.

A entrevista do eurodeputado Paulo Rangel (PSD) ao programa de entretenimento, “Alta Definição”, da estação televisiva SIC, durante a qual assumiu publicamente pela primeira vez a sua homossexualidade, transformou-se no caso político da semana, com o assunto a ser amplamente discutido nas redes sociais, nos jornais e em debates na televisão. Esta onda de interesse e curiosidade por um assunto da esfera íntima de uma pessoa representa, contudo, apenas a ponta do iceberg. Porque a montante do processo está a decisão do eurodeputado em dizer o que disse e, sobretudo, a sua opção na escolha do momento e do programa. Também neste ponto a visão de Carey abre pistas para discussão. Se o acompanhamos quanto ao hibridismo e ao crescente — e lamentável, em nosso entender — esbatimento de fronteiras entre os espaços informativos e de entretenimento, facilmente entenderemos que os objetivos e as exigências informativas entre eles são muito diferentes. Se assim não fosse, porque haveriam de pertencer a famílias diferentes no ramo da comunicação ou, dito de outra maneira, se estivéssemos perante modelos semelhantes porque não os tratar indistintamente por uma ou outra designação? Além, evidentemente, do requisito formal e normativo de um jornalista estar sujeito ao cumprimento do respetivo código deontológico, obrigatoriedade que não se aplica a um qualquer apresentador ou apresentadora de um programa de entretenimento.

A complexidade dos contextos e da indústria mediática merecem, por isso, ampla análise e reflexão, devendo carrear-se para o debate a noção de que o jornalismo é exercido num quadro social que está longe de ser unívoco:

Os jornalistas não vivem num mundo despojado de ideais; eles vivem num mundo de práticas concretas. Essas práticas não apenas constroem, como constroem o próprio jornalista. Os jornalistas fazem-se na ação. Daí, que a pergunta adequada não seja unicamente aquela que quer saber que tipo de mundo os jornalistas constroem, mas também que

gênero de jornalistas são gerados nesse processo. Por último, em vez de perguntarmos quais são as ideias dos jornalistas, devemos observar qual é o espírito e a prática do seu trabalho e se estes são consistentes com as nossas necessidades enquanto sociedade democrática (Carey, 1997, p. 331).

Parece-nos evidente nas palavras de James Carey a sua preocupação em olhar para o trabalho jornalístico como algo que é intrínseco à democracia, não apenas porque ele considera, ao contrário de Schudson, que em regimes autoritários e ditatoriais não se pode falar em práticas jornalísticas, mas sobretudo porque ele entende que corresponde a um trabalho profissional que visa suprir as necessidades informativas dos cidadãos.

Cedências informativas e notícias “leves”

Um diversificado leque de autores, como Kovach & Rosenstiel (2004), McChesney (2010), Nichols & McChesney (2013) ou Rusbridger (2018) tem vindo a defender a necessidade de um jornalismo comprometido com os valores e princípios da democracia e, nesse sentido, a pugnar pelo caráter singular e insubstituível dessa voz livre e desejavelmente plural. Tais posições têm, ainda, subjacente a ideia de que quanto mais livre e diversificado for o jornalismo que se pratique, melhor e mais saúde terão as sociedades democráticas em que ele se situa e inscreve. O que remete, na linha do que antes observamos em Carey, para a noção de exigência e de responsabilidade, tendo em vista a resposta às necessidades que os cidadãos têm de uma boa informação. O crescente protagonismo da indústria mediática, em cujo seio o jornalismo é, na maioria dos casos, um gênero de menor expressão e importância, tem vindo, no entanto, a contribuir para a referida proliferação de conteúdos híbridos, em que as tais linhas de fronteira são cada vez mais ténues e frágeis. Como refere a este respeito o escritor Varas Llosa, em *A civilização do espetáculo*, quando olha para a realidade norte-americana, antigamente

era Edmund Wilson, nos seus artigos no *The New York Times* ou *The New Republic*, quem decidia o fracasso ou êxito de um livro de poemas, um romance ou um ensaio. Hoje são os programas televisivos de Oprah Winfrey. Não digo que esteja mal o ser assim. Digo, simplesmente, que é assim (Llosa, 2012, p. 35).

Se em vez de Oprah Winfrey escrevermos Cristina Ferreira ou Manuel Luís Goucha, para nos ligarmos à realidade mediática portuguesa, facilmente confirmamos, também entre nós, a afirmação dessa tendência que o escritor peruano aponta ao caso norte-americano e que em certo sentido, embora num outro contexto, Innerarity (2016) não deixa igualmente de referir, quando fala do predomínio da redundância noticiosa nos espaços informativos, razão pela qual entende que “a informação pertence mais ao entretenimento que ao conhecimento” (p. 93).

E se é verdade, como sublinha ainda Llosa (2012), que “o jornalismo dos nossos dias, seguindo o mandato cultural imperante, procura entreter e divertir informando” (p. 50), tal significa que aceita implicitamente nessa cedência, a ideia de que o principal valor na bolsa de transações comunicativas é o espetáculo. A sujeição de práticas jornalísticas à lógica da diversão, de que emerge toda uma constelação de notícias *light*, representa, por isso, uma subversão acerca da finalidade maior dos espaços informativos.

Thomas Patterson, professor da Universidade de Harvard, há muito que vem mostrando o crescente aligeiramento do trabalho jornalístico, vendo nessa tendência e no seu vazio crítico um dos fatores de enfraquecimento da democracia. Tal atitude, em seu entender, é contrária aos interesses da democracia, a qual, sustenta, “para que seja efetiva o jornalismo deve desempenhar bem o seu papel” (Patterson, 2003, p. 43).

Uma das conclusões do estudo de Patterson refere que “a tendência a favor das notícias *leves* contribuiu para um interesse ainda menor nas notícias” (2003, p. 20), aspeto ao mesmo tempo preocupante e interpelador acerca das consequências do referido processo de cedências na qualidade informativa.

A 29 de dezembro de 2010, na edição comemorativa de mais um aniversário, o *Diário de Notícias* chamava a atenção, no seu editorial, intitulado, “Das leituras e da medicina”, para o facto de que diariamente “levamos para o nosso território mental centenas de imagens, centenas de frases e sons” (p. 8). O editorial era do escritor Gonçalo M. Tavares, diretor do jornal por um dia, e nele estabelecia uma feliz e imaginativa comparação entre o que lemos, vemos e ouvimos e o impacto que tudo isso tem na nossa saúde mental:

A nossa cabeça é mais um espaço de absorção e digestão. A cabeça é o estômago alto, o estômago inteligente: digere alimentos mentais, digamos assim, digere, por exemplo, textos que lê, imagens que vê, músicas e sons que ouve.(...) O que cada um lê e vê entra na cabeça e aí alojado faz o seu percurso, avança e muda, interfere com os antigos habitantes desse espaço, com as ideias e imagens anteriores, entra em conflito, faz novas associações (DN, 29/12/2010, p.8).

Essa dieta mental ou intelectual que o escritor preconiza nas páginas de um jornal como necessária ao bem-estar de qualquer cidadão remete, no fundo, para a ideia de responsabilidade informativa que encontramos na generalidade dos autores antes referidos. Discutir o impacto social da informação é perceber que esta nunca é neutra e que interfere sempre com quem a ela está exposto. Daí a relevância, também, nas escolhas e no modo — mais ligeiro, mais ou menos superficial, etc — como cada assunto é tratado e desenvolvido, no estrito respeito, insiste-se, pelos princípios normativos da profissão.

John Scott, histórico diretor do *The Guardian*, não se esquecia nunca de referir, a par das questões editoriais, que uma das faces de um jornal é a sua dimensão económica, isto é, como ele dizia, o negócio. Alan Rusbridger, que dirigiu o mesmo diário britânico entre 1995-2015, salienta, no entanto, que o discurso e a preocupação de Scott, mais do que no negócio, estavam no jornal enquanto instituição, naquilo que este representa e significa como órgão de comunicação, uma vez que segundo as suas próprias palavras,

“ele influencia a vida de uma comunidade inteira, podendo, até, afetar os seus destinos; (...) ele toca as mentes e as consciências das pessoas” (Rusbridger, 2018, p. 19).

É disso, afinal, que Gonçalo M. Tavares nos fala: “a cabeça que absorve boas palavras, palavras que fazem pensar” (DN, 29/12/2010, p.8) terá melhor saúde, o que conduz, inevitavelmente, à prática de um jornalismo de relevância social e por isso necessário aos cidadãos, como entende Carey, e que Michael Schudson interpreta como um exercício de cidadania.

Todavia, como o mesmo Schudson argumenta, “o mundo não é um livro aberto. É um texto constituído por muitos textos, escritos com objetivos diversos, e alguns deles intencionalmente escritos para obscurecer e mitigar outros textos” (2008, p. 15). Face a esta realidade complexa, modernamente líquida no sentido que Bauman (2001) lhe atribui, e tantas vezes composta por uma indesejável opacidade de processos e práticas, cabe aos jornalistas procurar os tais textos escondidos por outros textos, no pressuposto que compete aos média, em democracia, contribuir para a formação de uma livre, autónoma e bem informada opinião (Asp, 2007).

Algumas vezes, no entanto, são os próprios textos que vêm ao encontro dos jornalistas. Estes, inseridos numa cadeia de produção industrial de informação, nem sempre lhes prestam a atenção devida, normalmente porque o assunto em causa não é compaginável com o tópico que domina conjuntamente a agenda mediática. As investigações jornalísticas de Gary Webb, do *San Jose Mercury News* que levaram a que a CIA, em 1998, divulgasse um relatório de 400 páginas onde reconhecia a sua associação a elementos do movimento dos *Contras*, na Nicarágua, envolvidos no tráfico de drogas, é um desses casos. Absorvidos com o escândalo entre Bill Clinton e Monica Lewinsky, os média praticamente ignoraram o documento.

Jornalismo e democracia, a mesma luta

A liberdade jornalística, que no entender de Cornu (1994) é uma liberdade enquadrada, não deve ser entendida como uma autonomia sem limites

nem constrangimentos. “Os jornalistas não são profissionais livres”, sustenta Schudson (2008, p. 61), no sentido em que são alvo de vários tipos de constrangimentos e relações institucionais, incluindo no plano interno da respetiva organização, o que explica e ajuda a compreender o desinteresse dos média pelas confirmadas ligações da CIA aos *Contras*, matéria que antes tinha estado na linha da frente noticiosa.

Nesta *Media life* que habitamos, para recorrer ao título de um artigo do professor da Universidade de Amsterdão, Mark Deuze, onde discorre sobre a permanência e prevalência dos média no nosso quotidiano e à nossa própria imersão neles, o que importa e o que se incentiva é toda uma série de comportamentos que tendem a valorizar a projeção e encenação do que (aparentemente) é vivido, sob a forma de entretenimento. A ideia de representação e de acumulação de espetáculos em que se transformou a vida nas sociedades, de que nos fala Guy Debord, em *A sociedade do espetáculo*, já foi, no entanto, ultrapassada. Hoje somos nós o próprio espetáculo e quem o encena, dissolvendo no mesmo papel as funções de produtor, distribuidor, consumidor de informação — e até seu ator.

Tal cenário, que infelizmente vemos amiúde levar a uma infantilização dos média e da informação jornalística, ou contribuir para uma aproximação deles à lógica de funcionamento das redes sociais, deverá, ao invés, servir para uma clara separação das águas. No passado, o campo jornalístico, para se distinguir de outras áreas da comunicação e fazer valer a sua credibilidade assumiu atitudes em prol da defesa da sua especificidade, dignidade e autonomia. Uma das iniciativas mais marcantes teve lugar no pós-II Guerra, em Chicago, quando a comissão Hutchins definiu e estruturou um importante documento sobre o exercício da profissão, conhecido pela teoria da responsabilidade social do jornalismo.

Se os jornalistas concordarem que o seu trabalho é muito mais que o simples ato mecânico de registar discordâncias e tiverem consciência que o que (não) fazem influencia a vida das pessoas, ou seja, tem impacto social e, nessa medida, pode afetar e influenciar os destinos de comunidades

inteiras, talvez esteja na altura de refletirem sobre as questões novas que os novos contextos colocam ao exercício da profissão. É preciso, no fundo, que os jornalistas de hoje estejam à altura das exigências que a profissão e as sociedades contemporâneas lhes colocam e saibam, como no passado, ultrapassar com ideias e projetos renovados dificuldades e dilemas que comecem a ficar velhos.

Entre esses dilemas e problemas avulta, como temos vindo a observar, o relacionamento do jornalismo com a democracia. Será razoável afirmar que a órbita de liberdade das práticas jornalísticas, que apenas são completamente materializáveis em regimes democratas, deve girar apenas em torno da sua própria cultura e princípios profissionais, ou seja, na busca permanente e incessante da notícia, desvalorizando a defesa dessa mesma democracia? Por outras palavras: o exercício do jornalismo e o seu estatuto profissional podem viver desligados do respetivo quadro normativo-constitucional que, por sua vez, define e estabelece as fronteiras, objetivos, direitos e deveres de uma informação livre, ou, pelo contrário, deve estar vinculado a esses princípios e ter até a responsabilidade social de os defender?

Seguindo o pensamento de James Carey temos de concluir que o jornalismo e a democracia apenas são duas palavras para significar a mesma coisa, se o primeiro assumir em todos os momentos das suas práticas profissionais que lhe compete defender o sentido democrático das sociedades em que se insere. Só a presença das duas instâncias — jornalismo e democracia — em simultâneo consubstancializa, plenamente, a noção proposta por Carey. Acresce, por outro lado, que a (quase) totalidade dos estatutos editoriais dos média existentes em contextos democráticos são inspirados nos valores da liberdade e da responsabilidade que enformam o conceito de democracia, justificando a sua liberdade de ação e de expressão com base nos respetivos preceitos jurídico-constitucionais.

Neste sentido, o jornalista é um ator social, na medida em que “nas suas escolhas profissionais não pode fazer abstração”, como sustenta Cornu (2015), dos seus contextos sociais, culturais e das suas convicções, que “têm

lugar na relação que o jornalista estabelece com a sua própria função social, com o exercício da palavra — o poder simbólico de participar na construção simbólica do mundo” (p. 114). Esta formulação em torno da liberdade individual do jornalista está intimamente ligada à ideia de uma ética profissional, normativa e reflexiva, cujo entendimento defende que “a atividade jornalística é uma atividade enquadrada, não é uma atividade submetida” (Cornu, 2015, p. 116).

Esta atitude de liberdade individual do jornalista é compaginável com o posicionamento, chamemos-lhe institucional, dos média face à democracia, dado que o modo enquadrado como os jornalistas exercem a sua atividade não é alheio ao comportamento das respetivas organizações cujas orientações e estatuto editorial é suposto seguirem e respeitar.

Finalmente, mas não menos importante, “para defender a democracia e o prestígio das instituições democráticas”, sustenta Joaquim Fidalgo, um jornalista “tem que seguir exemplarmente as regras éticas e deontológicas da sua profissão” (2004, p.146), tendo presente que a melhor maneira de defender a democracia e melhor a compreender “não é esconder as deficiências, as falhas, os males; pelo contrário é expô-los. Objetiva e rigorosamente, mas expô-los. Para que se saiba — e para que se melhore” (Fidalgo, 2004, p. 147).

O escrupuloso cumprimento dessas regras aponta diretamente para o agir profissional do jornalista e para o seu sentido de responsabilidade e de autorregulação, aspetos completamente independentes da ordem técnica e tecnológica presente nas redações e no quotidiano dos seus membros. Perguntar-se-á, no entanto, se os atuais quadros organizacionais e tecnológicos em que a profissão é exercida ainda são permeáveis a princípios e regras pensadas e estabelecidas em contextos muito diversos dos que hoje imperam. Responder-se-á, perguntando o mesmo de outra maneira: a introdução do *laser* na medicina ou a própria rotina da telemedicina provocou alterações na deontologia médica? O que é que define o caráter de uma profissão: o seu estatuto e missão ou os instrumentos técnicos e tecnológicos em que ela se pode apoiar para melhor e mais eficazmente desempenhar

as suas funções? Evidentemente que a dimensão tecnológica não pode ser mitigada, mas em nosso entender com o objetivo de melhor ser utilizada ao serviço do bom jornalismo e, por extensão, da democracia.

Em todo o caso, é prudente não esquecer que neste início da terceira década do século XXI, onde o valor de mercado das *big five* (Amazon, Apple, Google, Microsoft e Facebook) apenas é superado pelo PIB de dois países — EUA e China — constata-se que esta concentração de poder em tão poucas empresas tem como denominador comum a Internet, que

acentuou a dominância de todos os tipos de interpelação do desejo, de repulsa ao raciocínio abstrato, de precipitação de bolhas e de identificações primárias — todas características estruturantes da instância da imagem ao vivo, que, na era digital das redes sociais, ficou mais pujante do que nunca (Bucci, 2021, p. 53).

Ter a noção plena dos contextos em que vivemos e, em especial, em que o jornalismo é exercido — quando não até constrangido — é possuir a desejável consciência acerca do ponto de fricção em que a democracia está e em que todo o jogo democrático se desenrola. Ao que parece, cada vez mais descontrolado ou, pelo menos, alvo de múltiplos ataques, cuja sofisticação e meios empregues, como debatemos nos capítulos seguintes, mostram um jornalismo que enfrenta as maiores dificuldades para defender a democracia, como fez no passado.

EMOÇÕES, MENTIRAS E FANTASIAS

Fernando Pessoa escreveu um dia que “as sociedades são conduzidas por agitadores de sentimentos, não por agitadores de ideias”, para sustentar que “o público não quer a verdade, mas a mentira que mais lhe agrade” (1966, p. 74). Estas reflexões possuem uma incômoda atualidade, na medida em que reconhecemos nelas os dias dilemáticos que a informação do tempo presente, vergada à soberania das emoções e das experiências individuais produzidas pela “epistemologia do eu”, conduz a um novo regime de verdades. Reconhecemos nestas, aliás, uma clara superação do conhecido espírito de falsidade que, sob o famigerado princípio, “when the legend becomes fact, print the legend”, o diretor do *Shinbone Star*, nada preocupado com a vinculação da notícia à verdade, explicava, dessa maneira, as suas opções jornalísticas, em *O homem que matou Liberty Valance*.

Sempre houve incitadores de instabilidade, investidores de preconceito e algozes da verdade e do conhecimento; porém, o antigo poder desregulado da rua, manifesta-se hoje de forma descontrolada, através dos novos pelourinhos que são as redes sociais. Tais práticas inscrevem-se, frequentemente, no âmbito de uma irracionalidade comportamental que, à semelhança do sono profundo dos sonâmbulos, misturam realidade com sonho e ilusão, sempre em estado de negação, traduzindo essas atitudes uma enorme degradação de valores. Como se fosse uma epidemia de ressentimentos.

10. O gosto agradável pela mentira

A máquina de fazer notas falsas

Era uma máquina tão falsa

Que nem notas falsas fazia...

Mas trabalhava perfeito...

Dentre dois rolos saíam,

Em vez de notas de mil,

Folhas de velhos jornais

Com notícias falsas

Joaquim Namorado, *A poesia necessária*

No atual contexto mediático, “a presidência de Richard Nixon teria sobrevivido”. A afirmação é de Margaret Sullivan, jornalista e professora na Duke University, que por ocasião dos 50 anos do caso Watergate utilizou a sua coluna no *Washington Post*, para refletir acerca das mudanças ocorridas no espaço mediático, no jornalismo e na centralidade que este perdeu, e ainda como o próprio exercício da política também se alterou. Chega mesmo a dizer que o ecossistema mediático está tão fragmentado e as empresas de mídia tão menos confiáveis, que seria improvável que o caso que culminou com a renúncia do presidente Richard Nixon, em agosto de 1974, tivesse hoje a mesma conclusão:

Ao invés da década de 1970, quando os média lideraram o processo de afirmar a verdade como interesse público, contribuindo, assim, para que o então presidente fosse presente à justiça, durante a presidência de Trump isso foi uma impossibilidade. (...) Não foram apenas os nossos políticos que mudaram. Foi também todo o ambiente mediático que se alterou radicalmente (*Washington Post*, 29 de maio 2022).

Claro que a esta posição pessimista podemos contrapor a emergência e afirmação de consórcios internacionais de jornalistas, cujas investigações têm desvendado múltiplos casos de corrupção, violação dos direitos humanos, branqueamento de capitais e fuga ao fisco, entre outras situações. Podemos ainda acrescentar os feitos pioneiros da *WikiLeaks*, que ao tornar públicos documentos confidenciais e sensíveis de governos e grandes grupos empresariais abalaram todo o ambiente mediático de que fala Sullivan, pondo muitos líderes políticos em estado de alerta máximo. Contudo, é precisamente perante todos esses exemplos, que no essencial não provocaram a turbulência política que arredou Nixon da Casa Branca, que as observações da colunista do *Washington Post* fazem sentido. As críticas de Margaret Sullivan e a impotência dos média, novos e tradicionais (*Le Monde*, *The Guardian*, *El País*, *New York Times*, *Der Spiegel* foram parceiros da *WikiLeaks* na divulgação de muitos conteúdos secretos comprometedores) incapazes de influenciar positivamente as diversas instâncias do Estado democrático, ao contrário do que se passou com o caso Watergate há meio século, são reveladoras de múltiplas vulnerabilidades e profundas mudanças a vários níveis.

Provavelmente não terá sido apenas a paisagem mediática e os variados posicionamentos e práticas que ocorrem no seu espaço que mudaram. A tecnologia, que alterou radicalmente as antigas regras e hierarquias comunicacionais, revolucionou o nosso quotidiano, criando novos hábitos de consumo, de lazer, de acesso à informação, de nos comunicarmos em sociedade. Cada um de nós, aliás, nos seus gestos e na banalidade comportamental do quotidiano também não é o cidadão da década de 1970. De uma forma muito mais expressiva e penetrante que há meio século, a atual gramática cultural do capitalismo, manifestada através da economização das relações sociais, logo, com consequências no processo de formação do “eu”, transformou profundamente os nossos códigos interpessoais e relacionamentos em sociedade.

Tanta mudança conduziu a evidentes transformações no modo como usamos a linguagem, a qual, como a este respeito sustenta Daniel Levitin (2016) em, *Weaponized lies*, começou a obscurecer a relação entre factos e fantasia. E esta, fruto da sua presença crescente, tornou-se, segundo o mesmo investigador, um subproduto perigoso face à falta de formação, isto é, o aumento da iliteracia afetou toda uma geração de cidadãos. Há muitos anos, num outro contexto, Orwell afirmou algo semelhante, ao considerar que a decadência da linguagem está intimamente ligada ao caos político.

O problema, portanto, não é de hoje, embora por ser do tempo presente sintamos mais duramente as suas dores e efeitos secundários. Em 1959, na introdução a um livro seu sobre jornalismo, Martha Gellorn mostrava as maiores dúvidas e reservas “no poder benigno da imprensa” (2007, p. 417). Escrevia, então, ter-se gradualmente apercebido que as pessoas “engolem mais facilmente mentiras do que verdades, como se o gosto das mentiras fosse mais agradável, mais apetitoso: um hábito” (2007, p. 417). As suas palavras eram uma denúncia à manipulação exercida pelos detentores do poder político e uma crítica aos líderes industriais e financeiros, “homens invisíveis, frios e ambiciosos”, na sua adjetivação sumária, embora não deixasse de fora aqueles que em seu entender não honravam nem dignificavam a comunidade jornalística:

(Também havia mentirosos na minha profissão, e os líderes sempre usaram os fracos como relativos e maleáveis. A reserva de mentiras era ilimitada.) As pessoas boas, aquelas que se opunham ao mal onde quer que o vissem, nunca passaram de uma galante minoria. Os milhões manipulados podiam ser estimulados ou acalmados por quaisquer mentiras. A luz orientadora do jornalismo não era mais forte que a de um pirilampo (Gellhorn, 2007, pp.417-418).

Cerca de 150 anos antes de Gellhorn manifestar as suas dores por aquilo que ia assistindo, Thomas Jefferson, terceiro presidente dos Estados Unidos e uma das figuras mais influentes do grupo dos *founding fathers*, afirmara, em 1802, quando confrontado com a hostilidade dos jornais federalistas, que

Estamos passando, sem dúvida, pela experiência de saber se a liberdade de expressão é ou não suficiente, sem o auxílio de coerção, para a propagação e proteção da verdade, assim como para manutenção de um governo puro e íntegro em suas ações e opiniões (Lage, 2001, p. 15).

Esta tomada de posição é tanto mais relevante quanto é sabido o apego e defesa intransigente de Jefferson para com a liberdade de imprensa. Tal mal estar antecipa, no entanto, as relações tensas entre as instâncias do poder político e dos média, que se mantêm até aos nossos dias. Igualmente inalteráveis ao tempo são algumas atitudes como as que Wilbu F. Storey, do *Chicago Times*, assumiu durante a guerra civil americana, ao dizer aos seus colaboradores que quando tivessem telegrafado detalhadamente todas as notícias que obtiveram, passassem a enviar rumores (Knightley, 2004). Esta forma de fazer informação, muito presente à época, e que teve o seu apogeu no final do século com a campanha, “Remember the Maine! In hell with Spain”¹, era ainda mais descontrolada em 1813, quando Jefferson endurceu o seu discurso, face às críticas feitas uma década antes:

Os jornais de nosso país, pelo seu desenfreado espírito de falsidade, têm destruído mais efetivamente a utilidade da Imprensa do que todas as medidas restritivas inventadas por Bonaparte (Lage, 2001, p. 16).

Estava longe de imaginar Thomas Jefferson que dois séculos mais tarde um seu sucessor iria inaugurar uma nova era de falsidades, manipulação de informação e de populismo digital.

Doença infantil do jornalismo

Outubro de 2021: Donald Trump publica uma carta no *Wall Street Journal*, na qual critica o jornal por ter dito que Joe Biden vencera as eleições na

1. “Lembrem-se do Maine! A Espanha que vá para o inferno”. Em 1898 a imprensa norte-americana, com especial destaque para o *New York Journal*, do magnata W. Randolph Hearst, transformou uma explosão accidental no navio Maine, na enseada de Havana, de que resultaram 260 mortos, numa sabotagem espanhola. É neste contexto que vai surgir aquela frase-panfleto, inserida numa intensa campanha que acabou por exaltar a opinião pública e pressionar o então presidente William McKinley a declarar guerra a Espanha. Em 1911 uma comissão que investigou o caso concluiu que ocorrera uma explosão accidental na sala das máquinas (Ramonet, 2003).

Penssylvania. Nessa carta, Trump diz que a eleição foi roubada e por isso é mentira que ele tivesse perdido a eleição. Rapidamente surgiram várias reações dirigidas ao *WSJ*, criticando-o por dar espaço a mentiras.

Um mês antes, no discurso de 12 minutos que fez na 76ª Assembleia Geral da ONU, Jair Bolsonaro proferiu 10 afirmações falsas, nove imprecisas, duas exageradas e outras tantas insustentáveis. Apenas 44% do que disse foi considerado verdadeiro. A contabilidade é da plataforma brasileira de “fact checking”, *Aos Fatos*², mas outras empresas de confirmação de dados, como a *LUPA*, que passaram igualmente a pente fino a intervenção do então presidente do Brasil, apontam idêntico rol de imprecisões e falsidades.

Sabe-se, no entanto, que esta infodemia está longe de se circunscrever aos dois personagens citados. O fenómeno é muito mais vasto e denso, logo, demasiado preocupante. Isso mesmo é sustentado por sucessivas pesquisas.

Durante o verão de 2022, o *Reuters Institute* levou a cabo um estudo em quatro países (Índia, Reino Unido, Brasil e Estados Unidos) com o objetivo de apurar, entre outros aspetos, qual o índice de confiança dos cidadãos nas notícias e, em particular, quando estas são veiculadas pelas plataformas digitais. A conclusão foi que as informações colhidas através das redes sociais provocam uma dose maior de ceticismo, do que quando são obtidas junto dos média tradicionais (Mont’Alverne *et al*, 2022). Não deixa de ser contraditório, no entanto, que a maior parte dos entrevistados associe a desinformação às mesmas plataformas digitais, ao mesmo tempo que afirma ter “sentimentos positivos” para com elas. Pior são as perceções negativas sobre o jornalismo, designadamente quando “metade dos entrevistados nos quatro países diz acreditar que os jornalistas tentam manipular o público para servir as agendas de políticos poderosos ou se preocupam mais em chamar a atenção do que relatar os factos” (Mont’Alverne *et al*, 2022). Em Portugal, os resultados preliminares de um inquérito realizado pela Universidade da Beira Interior e divulgados em fevereiro de 2023, revelam

2. A leitura e confirmação das afirmações, parágrafo-a-parágrafo: <https://www.aosfatos.org/noticias/checamos-bolsonaro-assembleia-geral-onu/>

que metade dos jornalistas que responderam (485 num universo de 7.015), considera os próprios jornalistas agentes de desinformação, embora com a particularidade de tal fenómeno se verificar sempre no órgão vizinho ou concorrente.

Outra pesquisa importante e mais alargada feita pelo *Edelman Trust Barometer*, em 2022, é mais preocupante: 76% das pessoas receiam a falsa informação porque têm a clara noção que esta é usada como arma e 46% olham os média como uma força de divisão na sociedade. O mesmo estudo aponta ainda dados sobre o declínio de confiança nos governos, nas lideranças políticas e nos meios de comunicação social, ao passo que o setor financeiro e empresarial é visto como instituição de confiança. Há dois anos, segundo o mesmo barómetro, os índices de confiança nos média eram superiores em seis pontos aos registados em 2022.

À luz da atual topografia comunicacional, como em certo momento o sociólogo e semiólogo argentino Eliseo Verón classificou a nova paisagem tecnológica através da qual e na qual se processam hoje os múltiplos fluxos de comunicação e de informação, muitos conteúdos não jornalísticos acabam por ser lidos e retransmitidos num processo quase automático de ampliação de mensagens, as quais contaminam a perceção da realidade e a verdade dos factos em causa.

Importa, todavia, fazer uma separação das águas. Uma coisa são as notícias produzidas e veiculadas pelos média no quadro de organizações jornalísticas, que podem (indesejavelmente) apresentar conteúdos informativos (e opinativos) incorretos, incompletos, imprecisos — até involuntariamente falsos — ao mesmo tempo que difundem acusações falsas ou são usados como instrumentos para a disseminação do discurso de ódio; outra coisa bem diversa é a construção intencional de informações falsas cujos objetivos visam causar danos reputacionais, alarme social e desinformação, entre outros. Nestes casos, em que a finalidade é conferir credibilidade e uma espessura de veracidade a algo que é falso, os mecanismos que produzem essa mentira procuram muitas vezes mitigar a sua origem ou fazer-se passar por órgãos ou fontes credíveis.

Vários estudos publicados no último ano, em torno da Covid-19, confirmam isso mesmo: a fundação *Observatório da infodemia covid-19* revela que cerca de 42% dos mais de 178 milhões de tweets relacionados com a covid foram produzidas por bots; outro estudo, da fundação *Bruno Kessler*, detetou que 40% dos 112 milhões de posts realizados em 64 idiomas e em distintas redes sociais eram provenientes de fontes poucos fiáveis; e o *Newsguard* identificou 191 sites na Europa e na América do Norte que publicaram informações falsas sobre o coronavírus. Porém o tema e os seus contornos são muito mais vastos: a 2 de agosto de 2021, Tom Jones (ex-jornalista e crítico de média no *Poynter*) discorria sobre a desinformação (ainda que involuntária) dos média durante a Covid-19. Em artigo publicado no *Poynter*³ e dias depois recuperado pelo *New York Times*⁴ em que faz uma análise sobre a desinformação realizada pelos média locais sobre a vacina, o autor discorre sobre as derrapagens verificadas ao longo desse processo, durante o qual alguns órgãos de comunicação social deram voz e visibilidade a protagonistas antivacina, como se do ponto de vista científico (e jornalístico) as posições contra e a favor da vacinação se pudessem equivaler.

Contradições dos processos noticiosos

Se do ponto de vista concetual o jornalismo não inventa factos, o que no limite significa que estaria imune a essa praga da falsidade, a prática mostra que estamos diante de uma atividade técnico-discursiva que, embora regulada e definida por regras e princípios ético-deontológicos, vive em larga medida da difusão das perspetivas e das verdades de terceiros. E quando as declarações ou tomadas de posição destes são potencialmente geradoras de aumentar os fluxos comunicacionais, mais apetecíveis se tornam e mais facilmente penetram na lógica dos média. Foi ao olhar para este fenómeno que Jeff Jarvis comentou na sua conta do Twitter, em 8 de janeiro de 2021, que Trump “não manipulou o Twitter. Ele manipulou o jornalismo através

3. https://www.poynter.org/newsletters/2021/the-media-is-making-missteps-in-covering-covid/?__cf_chl_jschl_tk__=pmd_3DJZvMZUbBbs9o7jyu7ZxiIEcYLOmw.OF00498kDwFE-1629719153-0-g-qNtZGzNAiWjcnBszQiR

4. “How local media spreads misinformation from vaccine skeptics”: <https://www.nytimes.com/2021/08/01/technology/local-media-misinformation-vaccine-skeptics.html>

do Twitter”. É este mesmo raciocínio que está implícito nas críticas feitas ao *Wall Street Journal* quando aceitou publicar a carta de Trump cheia de falsidades. É preciso ter presente que foi com Donald Trump⁵ na Casa Branca, que a utilização do Twitter por atores políticos passou a ter o protagonismo e presença que hoje se lhe reconhece.

Portugal não foge a esta tendência (Albaladejo & Figueira, 2022), pelo que o uso do Twitter como arena política tem levado algumas direções de órgãos de comunicação social nacionais a exortarem os seus repórteres a estarem especialmente atentos ao que líderes partidários aí vão colocando e às reações que as suas afirmações suscitam. Tal chamada de atenção tem subjacente a ideia de que toda a política se faz no Twitter, a partir das tomadas de posição e declarações dos seus protagonistas e principais comentadores. Donde, aquilo que se vem fomentando nessas redações não é o aprofundamento das questões de ordem política, menos ainda a aposta em trabalhos de investigação, mas sim reduzir e circunscrever a ação dos seus profissionais à mera escuta e retransmissão do que a espuma dos dias vai estrategicamente semeando nas redes sociais, cujos conteúdos, em regra descartáveis, pouco se preocupam com o rigor, precisão e autenticidade do que afirmam.

A informação jornalística e os média no seu conjunto enfrentam, pois, um problema muito sério quando falamos de verdade e de mentira, uma vez que a comunicação ao praticar-se cada vez mais numa lógica de imediatividade e instantaneidade — incluindo aqui também os espaços de opinião, que no caso português são predominantemente uma extensão dos interesses partidários representados no Parlamento — torna difícil para não dizer impossível, a correção em tempo útil de dados e elementos falseados. É deste quadro de ação com todas as suas limitações e potencialidades que falamos, sem esquecer a sua permeabilidade crescente às redes sociais.

5. A 20 de janeiro de 2019 o “Fact Checker” do *Washington Post* informava que nos dois primeiros anos de mandato Trump divulgara 8158 notícias falsas ou enganosas.

Com efeito, hoje os média já não são apenas o palco da luta entre diversos poderes e interesses, num contexto de clara auto-fragilidade. Perguntar-se-á, inclusivamente, como podem eles, reiteradamente apresentados e classificados como pilares essenciais do edifício democrático, cumprir as suas funções e estar à altura das suas responsabilidades, se as lógicas liberais que determinam os modelos predominantes de organização empresarial com impacto evidente e direto nas respetivas redações, conduzem a soluções e a condições de trabalho que são a negação do próprio jornalismo? Por outras palavras, como podemos esperar desses média uma capacidade de trabalho e de resistência a toda uma indústria para quem a verdade jornalística e dos factos parece pouco relevante, a não ser que, circunstancialmente, seja coincidente com os seus interesses?

A noção de verdade é aqui entendida, em primeira instância, como a não alteração e descontextualização de dados, factos e declarações, e num segundo momento (como explicitamos detalhadamente no capítulo sobre a imparcialidade) no fornecimento da informação mais completa, correta e rigorosa.

O panorama não deixa de ser ao mesmo tempo curioso e paradoxal. Por um lado, entende-se que a prática jornalística deve assentar na confirmação das informações que apresenta; mas por outro, defende-se que a rapidez deve sobrepor-se à confirmação desses mesmos dados ou revelações, face ao contexto concorrencial entre empresas de média. Argumento que, embora lamentavelmente, um número considerável de jornalistas tenha há muito interiorizado, ele é exterior e alheio aos princípios da profissão. Ser ágil na recolha e confirmação da informação e conseguir ser o primeiro a dá-la deve ser um objetivo de cada profissional; porém, veicular o que quer que seja, sem apurar os dados, apenas com o fito de ser o primeiro, é a doença infantil do jornalismo.

Pegadas da mentira

Antes de Cristo, o filósofo chinês Confúcio já admitia a possibilidade da mentira, embora limitada a duas circunstâncias: na defesa da família e/ou do território. Caberá nesta definição, o jeito enganoso de Penélope que, em a *Odisseia*, de Homero, desfaz à noite a mortalha que meticulosamente costura durante o dia para Laertes? Num ensaio sobre a mentira, o filósofo Jacques Derrida (1996) confronta-se com o dilema da verdade, uma vez que sem esta seria impossível escrever verdadeiramente uma história sobre a falsidade. E embora chegue a afirmar que o homem moderno “respira mentira” e vive “mergulhado na mentira” (1996, p.26), admite, no entanto, como antes a filósofa alemã Hanna Arendt, em *Verdade e política* já escrevera, que existem as mentiras involuntárias e, nesses casos, não havendo a intenção de enganar os outros, não se estaria a mentir.

Em Rousseau, o conceito de mentira está ligado ao ato de afirmar algo para daí obter vantagem, causando prejuízo a outrem. Se, no entanto, o ato em causa não visar qualquer proveito nem causar danos a terceiros, ele já será considerado uma ficção e não uma mentira. Tais exemplos não cabem naquilo a que a escritora brasileira nascida na Ucrânia, Clarice Lispector, chama de mentiras criadoras, das quais, a avaliar pelo que um dia o cronista Nelson Rodrigues escreveu, o público tem muita fome (Figueira, 2021).

Talvez tivesse sido com o intuito de saciar esse apetite público e popular que os jornais, desde o seu início, tenham decidido que a mentira vende — ou que, no mínimo, capta muito a curiosidade e interesse das pessoas. Pelo menos desde o século XVII que encontramos textos que acusam os jornalistas e a imprensa de mentir, como estratégia para vender mais jornais. Em 1626, um dramaturgo inglês da época isabelina, Ben Jonson, põe em cena, em Londres, uma comédia em que o protagonista (um jornalista) é satirizado pela sua ausência de escrúpulos e falta de respeito à verdade.

O recurso ao jornalismo como veículo da falsidade deliberada tem, portanto, um lastro enorme. Como explica Love (2007), “apesar de na imprensa britânica no século XVIII já se encontrarem uma série de informações

enganosas” (p.34), terá sido com a introdução de novas tecnologias e o conseqüente florescimento do setor da imprensa, no século XIX, que as notícias falsas se estabeleceram, até se tornarem um efetivo problema, que Allcott & Gentzkow (2017), entre vários outros investigadores, muito bem analisam.

O caso, porventura, mais emblemático e mais citado é a falsa reportagem com o título, “Great moon hoax”, conjunto de seis peças sobre a vida na lua, publicadas pelo *New York Sun*, em 1835, jornal popular especialmente dirigido à classe operária e que foi um sucesso comercial (Thornton, 2000; Allcott & Gentzkow, 2017). Thornton (2000) admite, contudo, a hipótese de muitas pessoas não se terem sentido enganadas, mas terem, sobretudo, apreciado e desfrutado da dimensão de entretenimento e diversão dos textos e respetivas ilustrações.

Para concluir esta rápida e telegráfica revisitação história, resta dizer que a difusão de notícias falsas e a devassa da vida íntima tem em Pietro Aretino⁶ (1492–1556), poeta e dramaturgo italiano nascido em Arezzo, na Toscana, o seu principal percussor. Sem grandes escrúpulos, chantageava nobres e cardeais sob a ameaça de os satirizar e espalhar por Roma e Veneza — as duas cidades onde viveu a maior parte do tempo — tudo aquilo que lhe ocorresse escrever e publicamente revelar sobre eles. Aos poemas satíricos posteriormente apelidados de “pasquinados” por os deixar pendurados na estátua Pasquino, em Roma, se deve o nome pelo qual hoje designamos de “pasquim⁷” todo aquele jornal cuja preocupação dominante é a proliferação da intriga, de rumores, da falsidade, em suma, do jornalismo predominantemente sensacionalista, frívolo e pouco vocacionado para a verdade. Em Londres, nas últimas décadas do século XVIII, proliferavam os chamados “homem-parágrafo”, que se dedicavam à recolha de todo o tipo de rumores

6. “Sonetos luxuriosos” e “Diálogo das prostitutas” são as suas mais conhecidas e marcantes obras.

7. Entre junho de 1969 e novembro de 1991 existiu no Brasil um semanário chamado *O Pasquim*, que foi um jornal importante na oposição à ditadura. O cartunista Jaguar, um dos fundadores do jornal, foi o autor da ideia de lhe darem o nome de “pasquim”, com o irónico argumento de que quando o quisessem minimizar ou criticar teriam de inventar outras designações ainda mais pejorativas. Chico Buarque, Ruben Fonseca e Glauber Rocha contam-se entre os muitos colaboradores de qualidade do jornal, que no auge da ditadura e da censura vendia 100 mil exemplares por semana. Em 2002 ainda foi tentada uma nova edição, agora chamada *OPasquim21*, que durou apenas dois anos.

e boatos, que depois redigiam em um único parágrafo e vendiam em forma de pequenas reportagens (como agora se diria), muitas vezes difamatórias.

Atualmente, e dando razão à ideia de que estamos diante de um fenômeno pandêmico, chamamos “viral” ou “viralizar” à capacidade de difundir e partilhar em larga escala um conteúdo — como se propaga um vírus — e cujo objetivo é atingir grandes audiências. Esta contaminação comunicativa é tanto mais eficaz, como sugere Han (2014b), em *A sociedade do cansaço*, quanto mais a sua violenta ação viral conseguir atuar por meio “da reação em cadeia e da eliminação de toda e qualquer imunidade” (p. 15). Nunca, pois, a possibilidade de semear e espalhar falsidades e mentiras foi tão fácil e grande como hoje (Southwell *et al.*, 2018). O fenômeno é de tal ordem que em 2017 o *Collins Dictionary* elegeu como palavra do ano a expressão *fake news*, após ter verificado um aumento de 365% do seu uso online.

Tal significa que o atual cenário digital, não apenas propicia o aumento da circulação de rumores e falsidades, como também expõe os cidadãos que vivem ligados às suas redes sociais, ao consumo dessa informação não verdadeira, em cuja proliferação os algoritmos desempenham um papel determinante (Amaral & Santos, 2019; Empoli, 2022). Acresce, ainda, que o aparecimento do Twitter “aumentou exponencialmente a disseminação da informação, a partir de uma só fonte”, como realça Angela Philips (2012, p. 670), que, juntamente com as observações mais recentes feitas pela antiga diretora do *The New York Times*, Jill Abramson (2019), considera que a potencialidade de partilha e de disseminação das notícias é hoje um valor que deve estar ao lado dos velhos princípios da verdade e compreensão dos conteúdos noticiosos.

Novo regime de verdades

Em *Da democracia na América*, Alexis de Tcqueville diz a certa altura que uma ideia falsa, mas clara e precisa, terá mais poder no mundo que uma ideia verdadeira e complexa, como de resto bem comprova o estudo realizado por Vosoughi *et al.* (2018), no qual analisaram 126 mil conteúdos

partilhados por três milhões de pessoas, no Twitter, tendo constatado que a mentira e a falsidade possuem uma capacidade de atração indiscutivelmente maior que a verdade.

Um outro estudo focado nas realidades da Austrália e Reino Unido, “Responding to «Fake News»: journalistic perceptions of and reactions to a delegitimising force” (Schapals & Bruns, 2022), refere que o aumento da polarização online é motivado pelo tipo de enquadramento dos média, como reportagens de cariz polémico e sensacionalista, que por sua vez intensifica a desinformação. A velocidade com que se comunica e a linearidade do que se diz para que a eficácia máxima dessa construção de sentido seja conseguida, conduzem a uma ideia de simplicidade que, para Innerarity (2021), representa “a principal ameaça à democracia” (p. 11).

O cenário está longe de ser inteiramente novo. Em *La médiacratie*, François-Henri de Virieu (1990) alertava-nos já para o facto de toda a nossa organização coletiva baseada na democracia representativa ter sido ultrapassada por um fenómeno novo a que intitulou de “mediacracia”. Estávamos, então, ainda numa época em que “a televisão possuía o poder dos livros sagrados da Idade Média” (Scheer, 1994, p. 148). Hoje, fruto da revolução digital, em cujo quadro assume particular destaque o presente contínuo das redes sociais, a paisagem mediática e as lógicas comunicacionais mudaram muito. O jornalismo e a sua circunstância, também. Em muitos casos, aliás, assistimos à prática de “um novo modelo de jornalismo banalizado, imediato, gratuito e massivo em forma de «produtos enlatados», estandardizados e superficiais” (Romero-Rodríguez *et al*, 2018, p. 74).

Por outro lado, a emergência e crescente afirmação do relativismo, ou seja, a ideia de que a verdade e o conhecimento especializado é tão só uma questão de perspectiva, vem conquistando terreno. Lewandowsky *et al* (2017) em artigo onde refletem sobre o fenómeno da pós-verdade, referem, entre outros fatores, a fragmentação mediática, a crescente polarização e o declínio da confiança no conhecimento da ciência, como elementos determinantes de um processo construído com base na descrença e abandono por qualquer

tipo de evidência, consubstanciada através da verificação de factos. Ao desprezo por estes dados, por tudo aquilo que assenta em convenções científicas ou evidências, para ao arrepio delas erigir toda uma narrativa favorável aos respetivos interesses, os mesmos autores chamam “pós-verdade”.

No início dos anos 50 do século passado Hanna Arendt, em *As origens do totalitarismo*, antecipava já os riscos da aceitação acrítica acerca da indistinção entre facto e ficção. O tema é recuperado pela norte-americana Michiko Kakutani que, na sua mais recente obra, *A morte da verdade*, embora tendo o trumpismo por pano de fundo, desafia-nos a pensar sobre o fenómeno da substituição do “conhecimento especializado pela sabedoria das multidões” (2018, p.13), o que nos leva a perguntar qual o papel e função do jornalismo, neste quadro complexo onde todos têm o poder de uso da palavra, onde o rigor e a verdade parecem ser uma mera questão de perspectiva, e a mentira possui já um apreciável valor de mercado: em 2019, segundo o *Global Desinformation Index*, pelo menos 235 milhões de USD foram gerados a partir de anúncios veiculados em sites extremistas e de desinformação. Um outro estudo publicado pela mesma entidade, em 2021, sobre a realidade do mundo digital na Alemanha, intitulado, “The business of hate”, reforça essa ideia do negócio da desinformação, aplicado aos discursos e crime de ódio.

É no contexto deste ambiente de tensões e de interesses, em cujo seio os novos populismos se afirmam, espalhando desconfiança e inculcando a ideia de que o povo é melhor que os políticos que o governam, naquilo a que Edward Shils (1996) classificou de elitismo invertido, que os média e o jornalismo se situam e o seu trabalho e ação têm de se realizar. Sem perder de vista que é a salvaguarda da verdade que está em causa, face ao poder sedutor da indústria de notícias falsas.

Um estudo da autoria de Vosoughi, Roi & Aral (2018) mostra, precisamente, que as informações falsas se espalham em maior número e muito mais depressa do que as verdadeiras, e que estas dificilmente se conseguem impor após a marcação do terreno feito pelas primeiras. Alguns anos antes já Nyhan & Reifler (2010) tinham concluído que as correções raramente

alteram as primeiras percepções sobre factos errados. A criação de plataformas de *fact-checking*, atualmente existentes em mais de 100 países, constitui uma importante medida de combate ao fenómeno da desinformação, embora o ciclo de vida da mentira não termine com a sua correção. Tendo por base a pesquisa e análise de Guess, Nyhan & Reifler (2018), feita durante a campanha presidencial norte-americana de 2016, conclui-se que as correções e denúncias de desinformação raramente chegam aos consumidores de notícias falsas. Edward Murrow, o jornalista que nos anos de 1950 enfrentou a censura e perseguição do senador Joseph McCarthy, sintetizava já essa ideia há várias décadas, recorrendo a uma frase cujo sentido original é atribuído a Mark Twain: uma mentira pode dar a volta ao mundo enquanto a verdade ainda veste as calças (Kovach & Rosenstiel, 2010).

Assim se abrem as comportas para a desinformação e potencial aumento de notícias falsas (Allcott & Gentzkow, 2017), com repercussões evidentes na polarização do debate público, especialmente dinamizado e potenciado por um discurso político radical (Valera, 2012; Albaladejo & Figueira, 2022).

Aparentemente naturalizado, o atual fenómeno das notícias falsas é visível em todas as latitudes e situações: nas campanhas eleitorais para a presidência do Brasil (2016 e 2022); durante as eleições americanas de 2016 e no referendo na Catalunha (Erickson, 2017); no Pizzagate (Mihailidis & Viotty, 2017); nas falsas fotos e notícias que circularam pelas redes sociais, minutos depois do ataque terrorista, em março de 2017, na zona de Westminster, em Londres (Rannard, 2017); em 2014, nas notícias sobre o Ébola contraído por uma família e que por esse motivo tinha levado à quarentena de uma cidade no Texas (Silverman, 2016).

É neste contexto e a olhar para as consequências provocadas por estes fenómenos (populismo político, desinformação, crise de credibilidade das instituições e notícias falsas), que em 2019 o *Washington Post* publicou uma matéria a que dava o seguinte título: “A democracia morre nas trevas”. Interessante esta expressão, porque ela nos alerta para uma enorme contradição contemporânea: nunca houve tanta informação e acesso mais

facilitado ao conhecimento, porém, nunca foi tão evidente a descrença na ciência, da mesma maneira que a própria liberdade de expressão e os valores da democracia estão a ser estrategicamente usados para corroer e desgastar os princípios em que assentam os estados democráticos.

Ao observar a disputa da atenção — com evidentes impactos ao nível da taxa de credibilidade — entre as fontes oficiais e científicas nas áreas da saúde e das ciências biomédicas com outros atores não especialistas mas com bons níveis de penetração através das redes digitais, Waisbord (2020) sintetiza a questão em dois pontos essenciais: 1) erosão do velho regime de informação; 2) necessidade de assumir novos comportamentos perante o ambiente crescente de desinformação num novo regime de verdades.

Epistemologia do eu

O problema é que esse tal regime de verdades traduz um ambiente de instabilidade da confiança no conhecimento das instituições, porquanto ele reflete a sedimentação do que a socióloga holandesa Liesbet van Zoonen classifica como uma epistemologia do eu (“I-Pistemology”). Isto é, num contexto generalizado de disputa de verdade, incluindo o espaço mediático, as experiências e emoções pessoais passaram a estar no centro das percepções, logo, do que cada um(a) aceita como conhecimento. Tais processos, inseridos na capilarização das teorias críticas, correspondem a uma visão que olha as instituições e o conhecimento que elas produzem como instrumentos de poder.

A epistemologia do eu procura, assim, responder a perguntas a partir de “mim mesmo”, da “(eu)dentidade” (Zoonen, 2012, p.60) de cada um(a) em que a Internet surge como agente facilitador dos processos e em cujo seio a possibilidade de intervenção das respetivas redes digitais incrementam o que alguns autores chamam de cultura do narcisismo e que para Byung-Chul Han representa o “eu isolado, sem mundo” porque a “hipercomunicação digital, a conectividade ilimitada, não cria nenhuma união, nenhum mundo” (2022, p. 86).

Este primado do “eu” e a perspectiva acerca das instituições enquanto instrumentos de e do poder e da instabilidade do seu conhecimento persuasivo junto de terceiros, abre caminho a uma ideia de liberalização da verdade, libertando-a dos grilhões da velha noção de autoridade institucional. No limite, o que importa é a defesa da soberania das emoções e experiências individuais, embora essa visão esteja longe de responder à questão nuclear que aqui nos interessa: vivemos num mundo de organizações cada uma com as respetivas hierarquias e culturas organizacionais bem definidas e, nesse contexto, o exercício do jornalismo e a procura da verdade jornalística obedecem ao cumprimento de regras e metodologias específicas, não ao livre arbítrio de cada profissional.

O jornalismo não é, contudo, um discurso sobre si próprio. Ou seja, boa parte da sua matéria-prima é constituída por uma constelação de posições e opiniões, muitas delas, consoante o poder dos atores sociais em causa, com capacidade para influenciarem e determinarem as opções e perspetivas editoriais dos média — os quais, por seu turno, reagem e atuam em função do seu próprio posicionamento. Ora, se se reduzir o espaço da política e do jornalismo que a acompanha ao mundo digital do Twitter e se esse for prioritariamente assumido como cenário de atuação dos jornalistas, significa que estes optam pela via mais fácil e cómoda de serem meros vigilantes das redes sociais e depois meros amplificadores das versões que vão colhendo, alienando com essa atitude a insubstituível função de escrutinadores que é suposto desempenharem.

Em capítulo anterior já referimos, aliás, o pensamento crítico de J. Jarvis relativamente ao modo engenhoso como Trump manipulou os média a partir dos comentários com que ia alimentando a sua conta diária no Twitter. Além de ser importante aprender com as falhas e erros do passado, é crucial que os jornalistas, parafraseando uma oportuna observação feita por António Guerreiro, no seu espaço semanal no jornal *Público*, na edição de 24/6/2016, atentem sobre a linguagem e o poder crítico das palavras nas sociedades contemporâneas mediatizadas.

Inimigos do povo

Desde a década de 1970, como Nelson Traquina muito apropriadamente sintetiza numa das suas obras — *Jornalismo* — que se sucedem os estudos acerca da parcialidade das notícias e se estas refletem sem distorção a realidade. As conclusões situam-se em polos opostos: alguns autores apontam para a ideia de que os jornalistas constituem uma nova classe “com claras parcialidades políticas que «distorcem» as notícias para propagação das suas opiniões anticapitalistas” (Traquina, 2002, p. 89), ao passo que os estudos de Edward Herman & Noam Chomsky (1988/2002), centrados na realidade mediática norte-americana, mostram uma subordinação do jornalismo aos interesses das elites políticas e económicas do país, isto é, são entendidos como meros instrumentos no reforço do *establishment* capitalista⁸. Vão no mesmo sentido as observações feitas por McChesney (2000) há duas décadas, na sua obra *Rich media poor democracy*, onde sustenta a ideia de que um sistema mediático criado para servir os interesses de Wall Street e Madison Avenue, isto é, os objetivos da alta finança e dos grandes grupos económicos e empresariais, não pode servir nem responder às necessidades da maioria da população.

É no contexto destas teorias de ação política que Chomsky reforçou as suas críticas, num extenso artigo originalmente publicado no *AlterNet*, em maio de 2015, sobre o *The New York Times*, a quem acusou de fazer pura propaganda. Este ataque, não obstante a dureza das palavras dirigidas a um dos ícones do jornalismo norte-americano e de todo o mundo ocidental, está em consonância com a visão que vem defendendo ao longo dos anos, sobre o papel ideológico do sistema mediático. Tal atitude de viva desconfiança para com os média é inusitadamente coincidente com muitas atitudes que Donald Trump e outros líderes populistas de direita assumem, ao definirem os média e os jornalistas como mentirosos e inimigos do povo, o que significa que os consideram um alvo legítimo para os seus ataques soezes.

8. É interessante a este respeito ler o artigo publicado em 22 de dezembro de 1916 no jornal italiano *Avanti!*, da autoria de A. Gramsci, intitulado “Os jornais e os operários”, em que o autor exorta a um boicote à compra e assinatura da “imprensa burguesa”, justamente porque os seus jornais são instrumentos ideológicos da classe dominante, cujos interesses defendem de forma intransigente.

Esta aparente coincidência de posições, embora os pressupostos e os factos em que assentam sejam muito diferentes e distantes entre si, deve levar-nos a relevar o papel escrutinador do jornalismo, a sua máxima transparência (incluindo do ponto de vista organizacional, como referimos em outro capítulo) e a sua capacidade de luta e resistência contra todas as formas de silenciamento, censura e de falsidades. Tais esforços não visam diminuir a diversidade de perspetivas e o pluralismo nas suas mais variadas declinações. O seu objetivo, para usar as palavras de Hanna Arendt, é a salvaguarda das verdades de opinião e de facto, no sentido em que “a liberdade de opinião é uma farsa se a informação sobre os factos não estiver garantida e se não forem os próprios factos o objeto do debate” (Arendt, 1995, p.24).

Contrariar-se-á, dessa maneira, a atitude pós-moderna segundo a qual não existem factos, apenas interpretações⁹ — o que para o jornalismo é de capital importância—, embora a mera circunstância de inscrevermos o tema nos debates do nosso tempo é sinal que o fenómeno da pós-verdade, como assinala o filósofo italiano Maurizio Ferraris, “ajuda a captar a essência da nossa época” (2019, p. 12). Este professor da universidade de Turim defende, aliás, que a corrente pós-moderna é a antecedente ideológica da pós-verdade e que esta não é senão “a inflação, a difusão e a liberalização do pós-moderno para além das salas de aula e das bibliotecas universitárias e cuja realização é o absolutismo da razão do mais forte” (Ferraris, 2019, p. 13). Considera-se, assim, a pós-verdade como um fenómeno não exclusivamente mediático, embora possamos dizer que se expressa predominantemente através dos média e em cujo ambiente a tecnologia desempenha uma função primordial. Porém, essa “razão do mais forte” remete para uma ideia de poder — poder discursivo, poder de influência, poder do uso da palavra... — e para o próprio lugar do poder, que é, justamente e por via de regra, o mais forte, o mais escutado, o mais visível, o que mais influencia. Onde e por consequência terá o poder de criar realidades outras, sob a designação de factos alternativos e

9. Umberto Eco, numa conferência que proferiu em 2001, intitulada “Absoluto e relativo”, aflora a certa altura esta questão introduzida por Nietzsche, colocando as seguintes perguntas: “I) se não existissem factos, mas apenas interpretações, então de que é que uma interpretação seria interpretação? II) E se as interpretações se interpretassem entre si mesmas, teria de ter existido um objeto ou um acontecimento inicial que nos impeliu a interpretar?” (Eco, 2018, pp. 109-142).

de pós-verdades, sobre as quais e com as quais os média, porque elas emanam da “razão do mais forte”, de alguém que está num lugar de poder, vão depois construir as suas narrativas e ampliar a verdade enunciada, mesmo que ela seja falsa ou errada.

Subsiste, em todo o caso, a necessidade de se considerar algo que aconteceu, como verdadeiro ou falso, no sentido em que “a verdade é uma abstração que existe objetivamente como qualidade”, ou seja, é algo que “subjetivamente existirá ainda como memória do instante fugaz de uma descoberta ou revelação”, porque é “nessa memória e nesse instante [que] residem a experiência da verdade” (Lage, 2001, p. 90).

Quer dizer que já não estamos no mundo da velha aldeia de Macondo, onde muitas coisas careciam de nome e para as mencionar era preciso apontá-las com o dedo. A nossa realidade é menos mágica que o universo de García Márquez e por isso os jornalistas precisam das palavras mais adequadas e justas para traduzir as impressões, as emoções, os múltiplos contextos que os rodeiam e em que se inserem, isto é, a sua “experiência da verdade”. Por outro lado, é socialmente reprovada a atitude de mentir enquanto intenção enganosa ou de subversão de factos palpáveis e objetiváveis, o que explica que cada um(a) reivindique a verdade como autenticidade do que afirma e comunica.

Porém, se (e quando) as mentiras políticas modernas

São tão grandes que requerem um completo rearranjo da textura factual — o fabrico de uma outra realidade, por assim dizer na qual encaixam sem costuras, fendas nem fissuras, exatamente como os factos encaixavam no seu contexto original — o que é que impede estas histórias, imagens e não factos novos de se tornarem um substituto adequado da realidade e da factualidade? (Arendt, 1995, p. 46).

De repente, somos confrontados já não com aquilo que sabemos e até posamos ter visto ou ouvido, mas com o que outros pretendem que passemos a perceber como correto e verdadeiro. Num cenário onde a pós-verdade

(expressão contraditória em si mesma) possa ser a normalidade, o jornalismo fiel à sua matriz é a materialização da mentira.

Equilíbrio instável da retórica política

Kellyanne Conway, conselheira de Donald Trump, é a autora da frase “factos alternativos”, quando a usou numa resposta durante a entrevista ao programa “Meet the press”¹⁰ para justificar a versão deturpada que o porta-voz da Casa Branca, Sean Spicer, assumira na véspera, em conferência de imprensa, quando disse que tinha estado “a maior assistência de sempre” na tomada de posse de um presidente. Pressionada pelo entrevistador para explicar as falsas declarações de Spicer, Kellyanne Conway argumentou que ele se limitara a dar factos alternativos. Mais uma vez as subtilezas da linguagem a turvarem uma evidência facilmente comprovada, como se tudo dependesse do modo como se olha e interpreta algo perfeitamente objetivável e à vista de todos.

Em *Verdade e política*, Hannah Arendt discorre a certa altura em torno dos dilemas que podem ser colocados quando se confronta a liberdade de opinião com a verdade dos factos. Interessava-lhe saber até que ponto existirá “algum facto independente da opinião e da interpretação” (1995, p. 25) e, sobretudo, se a escrita da história é uma possibilidade arbitrária que cada geração pode utilizar como entender. Neste contexto, reconstitui um breve diálogo entre Georges Clemenceau¹¹, pouco antes de morrer, e um representante da República de Weimar que, a certa altura, pergunta ao antigo primeiro-ministro francês o que acharia ele que no futuro os historiadores iriam dizer acerca das razões e responsabilidades de cada país no

10. Entrevista feita por Chuck Todd e transmitida a 22 de janeiro de 2017, no programa semanal de informação da cadeia de televisão NBC, que existe desde 1947, embora o atual formato pouco tenha a ver com o original. As repercussões da resposta de K. Conway, especialmente nas redes sociais, foram de tal ordem, que as vendas do livro *1984*, de G. Orwell dispararam ao ponto de liderar a lista de “best sellers” da *Amazon.com*. As críticas vieram também de setores exteriores ao jornalismo, como a Public Relations Society of America.

11. Como Primeiro-ministro de França, entre 1917-1920, não só liderou o país durante a I Grande Guerra, como teve uma participação muito ativa na Conferência de Paz (tratado de Versalhes), durante a qual lutou com sucesso pela recuperação dos territórios da Alsácia e Lorena. Esteve ainda intimamente ligado à imprensa, tendo fundado o *La Justice* e, em 1897, então à frente do *L'Aurore*, apoiou toda a ação de Émile Zola, quando este escreveu o famoso texto “J'Accuse”, no âmbito do conhecido “caso Dreyfus”.

desencadear da I Grande Guerra. “Sobre isso nada sei, mas do que estou certo — respondeu Clemenceau — é que eles não dirão que a Bélgica invadiu a Alemanha” (Arendt, 1995, p. 25).

Subjaz na certeza da resposta dada pelo antigo jornalista e político francês a dimensão coerciva da noção de verdade de facto que encontramos em Hanna Arendt, no sentido em que aquela se deve impôr em todas as nervuras discursivas, independentemente das opiniões ou do consentimento de cada um: “conceitualmente, podemos chamar verdade aquilo que não podemos mudar” (Arendt, 1995, p. 59). Mas subsiste, também, no pensamento da filósofa alemã, a preocupação tão contemporânea — *Truth and politics* data de 1967, quando foi pela primeira publicado na *New Yorker* — de nos desafiar a refletir acerca da presença e florescimento selvagem da mentira na esfera pública e política dos nossos dias.

Somos tentados a dizer, como Foucault (1981; 2000), que cada sociedade possui o seu regime de verdade, a sua política oficial de verdade. Ao filósofo interessa-lhe, sobretudo, discutir nestas suas reflexões, o estatuto da verdade e o “papel económico-político que ela joga” e não proceder a “um combate em prol da verdade” (2000, p. 144). Quer com isto dizer Foucault que o estatuto da verdade não é alheio à correlação de forças em presença e a quem exerce o poder, na medida em que ela pertence a este mundo e é produzida nele graças a múltiplas coações, que mantêm nele os efeitos regulados do poder. Esta mesma preocupação sobre a capacidade de definir e construir a tal política oficial da verdade vamos também encontrá-la em Marc Ferro (1994), quando ele, em *Falsificações da história*, refere que a consciência coletiva que cada sociedade tem de si própria resulta das narrativas dominantes que se impõem em cada momento histórico. Para o historiador francês, como antes para o representante da República de Weimar em diálogo com Clemenceau, existe a convicção de que “controlar o passado ajuda a dominar o presente” (1994, p. 11), circunstância que releva o papel dos média e do jornalismo em particular, enquanto construtores sociais da realidade. Ora, aquilo que se lhes exige é um compromisso e adesão para com a busca incessante da verdade, aqui sim, em luta contra a mentira e, se necessário,

contra os que, fruto do seu estatuto, “têm a seu cargo dizer o que funciona como verdadeiro” (Foucault, 2000, p. 143).

Tudo isso seria mais fácil, se fosse possível acreditar na existência da verdade como evidência, ou seja, como algo suscetível de ser aceite sem qualquer tipo de resistência retórica, quando se sabe, pelo menos desde Platão, que há um insanável conflito de interesses entre o poder e a verdade, ao ponto de o velho filósofo considerar que o exercício da política prefere o que é popular à verdade. Donde, sendo a política, no dizer de Innerarity, “uma forma de fazer coisas com palavras”¹² (2016, p. 121), tal significa que a retórica política mantém-se num equilíbrio instável onde o uso da linguagem surge como um instrumento de persuasão e de construção de pós-verdades. Nesta perspetiva, a linguagem é a própria ação, o que lhe empresta uma dimensão performativa que, ao atuar no palco mediático, assume potencialidades novas, por vezes até incontroláveis.

O fenómeno, dir-se-á com certa razão, é antigo. Desde a entrada em cena da impressão em caracteres móveis no século XV, que de imediato surgiram os primeiros receios sobre a possibilidade de propagação de falsidades e por isso muitos atacaram essa novidade revolucionária, que haveria, de resto, de ser decisiva na difusão das ideias da reforma protestante de Martinho Lutero. Porém, nunca a sua dimensão terá assumido as proporções inquietantes que hoje lhe detetamos, em consequência do ecossistema mediático em que habitamos, da possibilidade de qualquer cidadão poder produzir informação em fluxos contínuos e permanentes, da crescente concorrência pela economia da atenção e, ainda, devido ao facto nada despiciendo de os cidadãos viverem mergulhados no seu mundo de redes sociais, respirando o ar tantas vezes tóxico que elas emanam, mas indutor das suas tomadas de posição.

A preocupação de Hanna Arendt ganha, assim, uma renovada acuidade, porquanto os meios disponíveis para a contemporânea manipulação dos factos

12. Innerarity vai buscar esta expressão que utiliza em momentos diferentes, ao título de um livro da autoria de John Austin (1962), “Fazer coisas com palavras”.

são incomensuravelmente maiores e mais sofisticados que os existentes há meio século. Nessa altura, ela já discutia o fabrico de imagens e da escrita do acontecido, que podia emergir sob novas versões e roupagens, tendo em vista o “rearranjo de toda a textura factual” (1995, p. 46). Em causa, estava a ideia da possibilidade de fabrico de uma outra realidade, através de um processo de substituição da factualidade. Tal deixou, no entanto, de ser apenas uma hipótese filosófica para se transformar numa prática política atual ou, se se preferir, numa ação de comunicação política, com a introdução do conceito de “factos alternativos” e de pós-verdade”, onde noções como honestidade e verdade já não são absolutas, mas conceitos mutáveis e voláteis (Keys, 2004) e por isso mesmo, como propõe Farhad Manjoo (2008) na sua sugestiva obra, todos temos de aprender a viver numa sociedade do pós-facto.

Superstição e mediação religiosa

O título principal da capa da revista *Time* de 3 de abril de 2017 — “A verdade morreu?” — como que nos incita a discorrer acerca destes fenómenos, que se agudizaram com a pandemia da Covid-19, iniciada em 2020. As teorias da conspiração ressuscitaram, então, em força espalhando-se em múltiplas redes, quase sempre pondo em causa o conhecimento científico — com o apoio de alguns líderes políticos — e muitas vezes fazendo correr o rumor, como se fosse coisa séria, de que alguma autoridade invisível nos estaria a querer controlar a todos (Fonseca, 2021). Mais uma vez importa questionar o papel e função do jornalismo nestas situações, que incompreensivelmente é e foi capaz de colocar em pé de igualdade um representante da ciência e um militante de um qualquer movimento anti-vacinas, por exemplo.

Evidentemente que hoje tudo nos toca mais depressa — até sem nós procurarmos. Porém, iniciativas engenhosas sobre teorias da conspiração sempre houve. Na década de 1960, nos Estados Unidos, um grupo de anarquistas criou o movimento discordiano, cujo objetivo visava fomentar a desobediência civil, provocar o caos, espalhar boatos, fazer desinformação. Aproveitando o movimento da contra-cultura norte-americano começaram

a contar estórias e a enviar cartas sob identificações falsas para algumas revistas, sobre uma organização secreta de elite chamada *Illuminati*¹³, que segundo eles controlava o país e era responsável pela sociedade demasiado autoritária, fechada e controlada em que viviam. Posteriormente, o mesmo grupo, usando novas identidades falsas, respondia às suas próprias cartas, discordando do que elas diziam. O objetivo era provocar a discussão e a desinformação, com base no pressuposto de que se muita gente fala e discute sobre algo é porque isso é importante, faz sentido e é verdadeiro. Ou seja, o debate em torno de algo não verdadeiro e a sua continuada repetição, acreditava esse grupo, haveria de normalizar a mentira, fazendo dela uma verdade. Mecanismo, afinal, muito semelhante às atuais tentativas — por vezes bem sucedidas — de normalização social de ideias e posições de partidos xenófobos e radicais.

Portanto, se as questões sobre a verdade e mentira ou sobre factos alternativos que hoje fazem parte do quotidiano dos média e das discussões em torno dos comportamentos que se devem assumir perante tais fenómenos estivessem tão presentes na vida dos tribunais, imaginar-se-ia o receio com que todos olharíamos para a Justiça, e o caos que esta por certo enfrentaria. O mesmo diremos relativamente à medicina e a outras áreas do conhecimento e da ciência. Onde, dir-se-á que há algo da ordem do religioso ou da superstição no modo como tantas pessoas rapidamente se convertem às doutrinas conspiratórias e da desinformação, acreditando no que elas afirmam e tornando-se seus apóstolos, ao ampliarem através das suas redes digitais o que elas dizem e querem que seja repetido.

A escritora espanhola Irene Lozano escrevia no seu habitual espaço no *El País*, a 23 de setembro de 2021, que hoje o conhecimento e a informação cederam lugar à superstição. A autora de *Son molinos, no gigantes*, livro em que analisa e discute como as redes sociais e a desinformação ameaçam a democracia, revisita nesse seu texto a obra *1984*, de Orwell, em que

13. Embora usando a mesma designação da sociedade secreta *Illuminati*, fundada em 1776 na Baviera, criada com o objetivo de combater a superstição e a influência religiosa na sociedade, esta versão norte-americana nada teve a ver com ela.

discorre sobre o predomínio das emoções e das crenças individuais, para concluir que é irrelevante e ineficaz o combate contra a falsidade. Tudo acaba diluído no magma de tuítes, títulos de notícias, fotos e vídeos, sustenta Lozano, sublinhando que para a enorme onda informacional pouco importa o que é falso e verdadeiro: “vivemos tempos paradoxais: nunca o acesso à informação e a sua circulação — escreve Lozano — foi tão acessível e grande, porém é neste contexto que se assiste ao recrudescimento dos movimentos negacionistas e terraplanistas”¹⁴ (*El País*, 23/ 9/2021). A fragmentação que nos vai dividindo em tribos conduz, assim, à ideia de que cada grupo vive a sua realidade paralela, a qual é depois exacerbada pela crescente polarização que tem vindo a marcar a política e os média.

É dentro deste quadrante de raciocínio que Eliane Brum, uma das mais prestigiadas jornalistas brasileiras, escrevia também no *El País*, em outubro de 2021, sob o título “O rompimento do mundo dos humanos” (a propósito da atribuição do Nobel da Paz a dois jornalistas, Maria Ressa, das Filipinas, e Dmitri Muratov, da Rússia), que há hoje uma mediação religiosa no relacionamento das pessoas com a realidade:

por uma série de razões, o verbo que progressivamente passou a mediar uma parcela significativa das pessoas na sua relação com a realidade é “acreditar”. Não mais os verbos iluministas do duvidar, investigar, testar, confrontar, comparar etc. Mas acreditar. É uma mediação religiosa da realidade, determinada pela fé. A crença se antecipa aos fatos, e assim os fatos já não importam. É como se as pessoas passassem a ler a realidade da mesma forma que leem a Bíblia. Esta é a razão que determina a crise da imprensa, da ciência e de outros fundamentos que constituíram a modernidade, baseados na investigação e no questionamento constante, para os quais a dúvida é que move o processo de apreensão da realidade e de construção do conhecimento sobre o mundo (Eliane Brum, *El País*, 14/10/2021).

14. Versão integral do artigo: <https://elpais.com/opinion/2021-09-23/el-error-de-orwell.html>

Esta mudança na forma de apreensão da realidade acerca da qual a jornalista brasileira discorre pode ser entendida segundo duas perspectivas complementares: 1) falência do papel do jornalismo como instrumento de conhecimento e sequente insolvência enquanto elemento mediador da(s) realidade(s); 2) hegemonia da comunicação não mediada pelo jornalismo em que já não é a procura da verdade que mais importa, mas sim a confirmação das convicções, dos pré-juízos de cada um e a sua fé inabalável naqueles cujas palavras satisfazem os seus instintos e desejos.

O imperativo de veracidade de que falava Kant parece revelar-se, assim, de uma surpreendente atualidade, no sentido em que se na comunicação não mediada pelo jornalismo os diferentes atores sociais podem dirigir-se diretamente aos seus públicos e dizer o que entenderem, a informação jornalística só o é verdadeiramente, porque (e se) atua segundo padrões e critérios que têm, como pressupostos, a ideia de proporcionar conhecimento e de não mentirem. Dito de outra maneira, o jornalismo deve e tem de ser aquele porto de abrigo, em cuja solidez confiamos para nos proteger das ondas alterosas da desinformação e das notícias falsas.

Contudo, ao contrário da noção que vários autores (e jornalistas) adotam, segundo a qual o conceito de notícia falsa é uma contradição, no sentido em que se é falsa não pode ser notícia, consideramos, na esteira do pensamento de Abraham Moles (1975) e Miquel Alsina (1996), que a notícia pode efetivamente dizer respeito a algo verdadeiro ou falso, comprovado ou não,¹⁵ pode até corresponder a um rumor, porque “o conceito de notícia não implica necessariamente a noção de verdade” (Alsina, 1996, p. 182). A notícia é uma construção textual, desejavelmente verdadeira e cujos dados e factos revelados devem ter sido objeto de confirmação. Mesmo assim, é preciso ter em conta que não existe um conceito universal de notícia e que ela não é um conteúdo bacteriologicamente puro, na perspetiva em que aquilo que diz só possa ser dito e visto da forma em que nos é mostrada. Se olharmos para uma notícia incompleta, na qual faltam dados importantes ou estão

15. Na sua *Monografia da imprensa parisiense*, Balzac já proclamava em meados do século XIX, que “para o jornalista, tudo o que é provável é verdadeiro”.

ausentes perspectivas que a poderiam enriquecer e dar-lhe uma dimensão mais ampla, abrangente e mais profunda, ela não deixa de ser uma notícia — mal feita, porventura imprecisa, talvez até impúblicável, quiçá mal escrita, mas a partir do momento em que, à semelhança de uma notícia falsa, ganha esporas de publicação e assim ocupa o seu lugar no espaço público mediatizado após ter passado pelo crivo e filtro das respetivas editorias, uma e outra passam a ser notícias. Defeituosas, é certo, a carecer de arranjo ou desmentido; porém, ambas são resultado de um trabalho profissional, cujo exercício na respetiva cadeia de produção informativa se consubstancia na redação de notícias.

Não consideramos, por outro lado, ao invés da classificação que popularmente é feita de forma indiscriminada, uma mensagem no Twitter ou um post no Facebook ou numa outra qualquer rede social uma notícia. Esta apenas o é, no entendimento que aqui seguimos, a partir do momento em que é produzida por jornalistas. Não o sendo, não é uma notícia. Pode ser uma mensagem enganosa e mentirosa e, se tiver sido feita com intenção, pode conduzir a processos de desinformação ou manipulação de informação. Aspetos que relevam os cuidados que as práticas jornalísticas devem ter — e para as quais Jeff Jarvis alerta — no uso e, sobretudo, na citação e transmissão linear dessas mensagens. Que podem transformar-se em notícias falsas, precisamente se os média, acriticamente, fizerem eco delas.

No mundo perfeito e harmonioso do resignado professor Pangloss, não haveria notícias falsas nem desinformação — e se houvesse seria, certamente, por bons e justificados motivos. A questão, como escreve McChesney, é que “a natureza e qualidade da democracia é sempre o resultado dos conflitos e lutas entre grupos contendores em sociedades desiguais” (2000, p.6).

O “presente especioso”

Num estudo publicado em 1940, sob o título “A notícia como forma de conhecimento”, o sociólogo e ex-jornalista Robert Park procede a uma reflexão pioneira sobre o modo como o jornalismo — embora ele empregue

preferencialmente o termo “notícia” — trata a realidade. Consideramos apropriado trazê-lo para esta discussão, porque todo o seu pensamento acerca do papel da imprensa e da informação noticiosa foi construído num quadro histórico-social de profundas alterações (urbanas, migratórias, tecnológicas, políticas e económicas) e de muitos problemas sociais. Fenómenos, afinal, que embora a uma outra escala, enfrentam as sociedades contemporâneas. Acresce, ainda, que a dimensão cognitiva que ele atribui à notícia no seu relacionamento com os cidadãos reforça as ideias defendidas por si cerca de duas décadas antes, em “A história natural da imprensa”, um dos seus artigos mais referenciados, no qual ele olha para os jornais como organismos vivos em permanente adaptação face às necessidades e transformações das respetivas comunidades (Subtil, 2022 *et al*). É, portanto, dentro desse ambiente social de mudança que Park entende que a informação tem um poder especial e uma função específica.

Partindo dos estudos do filósofo e psicólogo pragmatista Wiliam James, que foi seu mentor em Harvard, Park traz para o domínio dos estudos da comunicação os conceitos de “conhecimento de” (“acquaintance with”) e “conhecimento acerca de” (knowledge about), propondo, no entanto, uma releitura dessas noções (Park, 2008). A primeira aponta para a ideia de senso comum, no sentido em que o conhecimento é adquirido por familiaridade, no decorrer dos contactos pessoais com o mundo em redor; o segundo, baseado na observação, remete para a noção de um pensamento articulado, racional, “caraterísticas do conhecimento científico e sistemático” (Park, 2008, p. 56). As duas formas de conhecimento não são estanques, mas sim complementares. Park não explicita, contudo, de forma clara e inequívoca em qual das duas categorias se insere a notícia. Contenta-se em caraterizar a dimensão cognitiva da notícia atribuindo a esta uma capacidade de produção de conhecimento, que se interessa, sobretudo, pelo presente. Ele chama-lhe, de resto, o “presente especioso” (2008, p.70), para realçar o seu carácter perecível, no sentido em que ela visa e produz efeito no tempo presente, uma vez que ao jornalista apenas interessa “registar cada evento quando ele acontece” e que só busca o “passado e futuro na medida em que esses projetam luz sobre o que é real e presente” (Park, 2008, p. 58).

Quer isto dizer, portanto, que a construção desse conhecimento propiciado pela notícia é um conhecimento especialmente marcado pelo seu caráter efêmero, quase sempre feito de aspectos do cotidiano das cidades, das pessoas, dos países, cujo valor reside, essencialmente, na sua dimensão de atualidade. Ora, sendo a atualidade um presente *continuum*, no sentido em que só é atual aquilo que permanentemente se renova em atualidade, isso empresta à notícia e ao jornalismo um papel muito diferente, desde logo, daquele que atribuímos à história.

O que não deixa de ser curioso, no entanto, é ver como Robert Parker se referia já, em 1940, às mudanças “tão rápidas e drásticas verificadas no mundo moderno”, dinâmica essa que caberia ao jornalismo acompanhar e dar conta, razão pela qual afirmou que um “dos acontecimentos mais importantes da civilização norte-americana foi o surgimento do repórter” (2088, p. 70).

Pois bem: esse repórter deve ser o mediador, aquele que deixa visível a vida social, o pedagogo e o organizador que põe clareza no caos dos acontecimentos. A identidade compartilhada traz também à tona o jornalista como peça da democracia e até como agente ativo do contrapoder (Neveu, 2005).

Ao olharmos, assim, para a prática jornalística teremos necessariamente de discutir a sua razão de ser no interior desse complexo processo de construção de conhecimento, mesmo que o nosso acesso a ele seja em segunda mão, como se lhe refere o filósofo Daniel Inerarity, ao sublinhar a dimensão mediadora do jornalismo e o seu poder — profissional ou como instituição — na revelação e transmissão do tal presente especioso. O jornalismo como instituição, participa, portanto, ativamente no processo de produção da realidade, especialmente no seu âmbito simbólico, mas nunca isoladamente: em diálogo permanente com os demais atores sociais e, nessa medida, participa ativamente no processo de socialização do conhecimento.

A ser assim, que conhecimento existe ou se comunica em exemplos como os protagonizados pelas emissoras brasileiras de TV *Jovem Pan News* e a *Record*, que exibiram imagens do jogo de videogame “Arma 3” (que ficciona uma operação militar), apresentadas como fazendo parte da reação da

artilharia ucraniana aos ataques da Rússia? Nas imagens em causa vemos uma série de disparos contra um avião e o cruzamento de mísseis no céu, como se fosse um conflito real. De imediato, vários internautas denunciaram a fraude noticiosa nas redes sociais, afirmando que se tratava do jogo “Arma 3”. Um deles, aliás, até chegou a escrever que o vídeo exibido na *Jovem Pan* tinha a marca d’água do aplicativo Kwai. Vários dias depois do sucedido, as referidas televisões continuavam sem comentar o seu procedimento ou sequer fazer um esclarecimento sobre as suas práticas profissionais.

A *CNN Portugal* fez algo idêntico sobre o mesmo acontecimento. Na madrugada de 24 de fevereiro de 2022 exibiu imagens falseadas, que o jornalista de serviço anunciou como “impressionantes” e como dizendo respeito quando do ataque aéreo das forças russas a Kiev. Tais imagens, que a ERC (Entidade Reguladora para a Comunicação Social) confirmou posteriormente serem falsas¹⁶, foram na verdade retiradas do jogo de computador, “War Thunder”. Casos idênticos de apropriação e utilização de imagens exteriores aos conteúdos noticiosos passaram ainda na *RTP*, na *SIC* e *SICNotícias*, o que motivou outras tantas deliberações da ERC: 2022/3045 e 2022/3046, respetivamente¹⁷.

Dir-se-á, parafraseando uma ideia que vem da Grécia antiga, que na guerra a verdade é a primeira vítima. De resto, faz agora 100 anos que George Rea publicou *Facts and Fakes about Cuba* (1923), seguramente uma das primeiras obras sobre as dificuldades, manipulações e invenções acerca das coberturas jornalísticas em teatros de guerra.

16. A deliberação ERC/2022/282, com data de 7 de setembro refere: «um vídeo, afirmando ser bombardeamentos a acontecer/que aconteceram na Ucrânia, no entanto o vídeo em causa é retirado de um jogo chamado War Thunder, ou seja, passaram imagens de um jogo, como um vídeo real da atual situação vivida na Ucrânia, sem sequer verificarem a sua autenticidade.» Após a respetiva notificação, a *CNN Portugal* confirma a acusação, justificando o ato como “um lapso na emissão” e aceitando que “usou as referidas imagens de forma indevida”. Não tendo sido obrigada pela ERC a pedir desculpas pelo ato ou esclarecer os seus telespetadores, o canal em causa nada fez.

17. A *SIC* usou também imagens de um vídeo-jogo para ilustrar a peça intitulada, “Fantasma de Kiev”, tendo admitido depois ter dado a notícia de “forma dubitativa”. A *RTP* numa reportagem sobre a utilização de cocktails Molotov por civis ucranianos contra carros de combate russos, inseriu imagens de 2014 referentes aos protestos de Maidan. Argumentou, todavia, que os factos eram verdadeiros, embora o problema esteja na inserção de imagens durante 40 segundos alheias à notícia em causa e cuja origem não foi revelada ao público.

Porém, como qualquer código deontológico e estatuto editorial preconizam — porque a verdade e a credibilidade constituem as traves-metras da profissão — um jornalista responsável não inventa dados nem acontecimentos, não exagera nas descrições e nos detalhes, não produz intencionalmente falsidades. Ou, ainda, como Schudson (2017) muito apropriadamente refere a este respeito, esse jornalista leal e responsável não subordina o relato honesto à coerência ideológica ou ao ativismo político, da mesma maneira que não tem de agradar a anunciantes ou ajustar-se aos interesses comerciais do respetivo veículo e às preferências do público.

Não deixa de ser ao mesmo tempo curioso e paradoxal que na auto-proclamada era ou sociedade da informação, tanta desinformação e notícias falsas circulem sem freio, dando por sua vez origem à veiculação de factos alternativos que, juntamente com os apelos às emoções e crenças pessoais, de que falava Eliane Brum, alimentam a opinião pública. Impossível não lembrar o falso massacre de dezembro de 1989, em Timisoara, na Roménia, que alimentou aberturas de telejornais em vários países europeus e reportagens que falavam de milhares de mortos e de corpos desfigurados com ácido, a par de apelos para a criação de brigadas internacionais de intervenção seguidos da declaração pública do ministro dos negócios estrangeiros de França, Roland Dumas, dizendo que não se podia continuar, como espectador passivo, a assistir a semelhante massacre (Ramonet, 1991).

Este caso, como muitos outros conhecidos que ocorreram ao longo dos anos, deveriam constituir uma aprendizagem para a profissão. Não tendo sido sempre assim, o nosso argumento é que haverá outros critérios e razões que forcem e conduzem o jornalismo a práticas que servem melhor os interesses geopolíticos ou económicos, digamos assim, que o rigor informativo e o interesse público que lhe deve estar associado. O problema vem de longe e foi-se infiltrando pouco a pouco, nas redações. Ou seja, não é algo especialmente provocado e causado pela digitalização. À medida que os contornos do mercado se alteram, assim o jornalismo tende a seguir essas tendências, dando razão aos que o consideram um produto ou uma mercadoria que tem, necessariamente, de se adaptar às novas circunstâncias.

Com demasiada frequência ensaia, de resto, operações de maquiagem crente que uma mudança na imagem consegue iludir as insuficiências de conteúdo. Será provavelmente a pensar em iniciativas desse género que o sociólogo Érik Neveu aponta para a possibilidade de “um jornalismo de mercado” ter como corolário “a dissolução da profissão de jornalista num *continuum* de ofícios da comunicação, ilustrada no neologismo americano de *mediaworker*” (2005, p. 119).

O cinema, como sucedeu com a película realizada por Sidney Lumet, em 1976, *Network — escândalo na TV*, há muito que aflora as lógicas mediáticas, em especial as que são menos visíveis aos olhos dos cidadãos. O analista dos média, Mark Dice, na sua mais recente obra — *The true story of fake news* — recupera a última fala de Howard Beale, protagonista de *Network*, interpretado por Peter Finch, que representa o papel do pivô de um canal televisivo que, após 25 anos, vai ser despedido devido à queda das audiências:

Televisão não é a verdade. A televisão é o raio de um parque de diversões. A televisão é um circo, um carnaval, um grupo itinerante de acrobatas, contadores de estórias, dançarinos, cantores, malabaristas, fazedores de espetáculos paralelos, domadores de leões, e futebolistas. O nosso negócio é matar o tédio. Portanto, se querem a verdade, recorram a deus! (...) Vocês nunca terão alguma verdade, a partir de nós. Lidamos com ilusões. Nada disso é verdade (Dice, 2017, p. 325).

Retiramos destas palavras algo que já foi tema de um número indeterminado de artigos e livros — a influência das audiências e a dimensão espetacular da televisão e o seu papel como construtora de emoções — e uma outra ideia, porventura menos debatida, mas que é fundamental que marque a agenda: a responsabilidade que os próprios jornalistas têm nesse processo de descaraterização e despersonalização da profissão. Ou seja, é imperioso avaliar até que ponto razões internas aos órgãos com impacto no desempenho jornalístico são igualmente responsáveis pelos desvios, falsidades e imprecisões informativas.

De resto, perante os sucessivos estudos acerca dos deslizos e derrapagens desta natureza, as corporações profissionais e empresariais, mais vocacionadas para o auto-elogio promocional do que para a autocrítica, justificam — quando justificam — as falhas com a pressão do tempo ou com as condições menos ideais que havia para a concretização da respetiva tarefa.

Num contexto de crescente concentração dos média e com estes, por sua vez, integrados em grandes grupos empresariais (Bagdikian, 2004) cujos objetivos e preocupações, na linha do que defende McChesney, estão longe de contribuir para o enriquecimento do ambiente democrático das sociedades, significa que recai sobre os jornalistas a iniciativa e a responsabilidade na defesa intransigente dos princípios e valores da sua profissão. Entre os quais, como temos vindo a afirmar, avulta a noção de verdade — no seu sentido mais amplo, como explicitamos anteriormente — como tronco central da credibilidade, tendo consciência do lastro imenso que a mentira e a falsidade representam em toda esta linha do tempo.

Fernando Pessoa e o público que gosta de mentiras

Fernando Pessoa escreveu um dia que “as sociedades são conduzidas por agitadores de sentimentos, não por agitadores de ideias”, para sustentar que “o público não quer a verdade, mas a mentira que mais lhe agrade” (1966, p.74). Estas reflexões de Pessoa fazem parte de uma obra intitulada *Páginas íntimas e de auto-interpretação*, onde o poeta discorre em torno da produção intelectual mas situando essa dimensão criadora — que poderia ser tanto da ordem da poesia, como da filosofia — em alguém que teria de se haver e enfrentar a crise de civilização e de cultura do seu tempo. E nesse seu tempo, vai fazer 100 anos, Pessoa considerava que “o público não compreende ideias complexas” e por isso é “preciso dar-lhe só ideias simples, generalidades vagas, isto é, mentiras, ainda que partindo de verdades” (1966, p. 74).

Os “agitadores de sentimentos” do passado são atualmente os manipuladores das emoções que marcam, no essencial, o tom inflamado que vigora nas redes sociais, e em cujo ambiente é mais fácil aderir a uma mentira que nos

agrade, que confirme as nossas convicções, que dar atenção a uma verdade que contraria os nossos preconceitos e põe em causa as nossas certezas.

Pior, no entanto, é quando os média tradicionais, independentemente dos respetivos formatos, cedem às lógicas comunicacionais mais fáceis e simples, pescando nas redes sociais a sua ração noticiosa do dia, convencidos que estão a cumprir o seu papel.

11. OS SONÂMBULOS DAS REDES SOCIAIS

É uma infelicidade da época, que os doidos guíem os cegos.

Shakespeare, *Rei Lear*, Cena I, IV Acto

A injúria difere da acusação, porque esta aponta os crimes a que as leis cominam penas; mas a injúria só diz improperios que os inimigos, segundo a natureza de cada um, costumam atirar uns aos outros

Demóstenes, *A oração da coroa*

Vivemos atualmente “uma grande insanidade das multidões”, escreve Douglas Murray (2020), fundador, em 2007, do Centro para a Coesão Social no Reino Unido e editor da revista conservadora *The Spectator*. Em *A insanidade das massas*, sua penúltima obra, à qual consagra generoso espaço crítico às questões de identidade e redes sociais, o autor lança um olhar impiedoso às pessoas que tanto na esfera pública como privada “estão a comportar-se de forma cada vez mais irracional e febril seguindo o rebanho ou sendo simplesmente desagradáveis”. Fluxo este que alimenta depois “o ciclo diário das notícias”(p.11).

Não nos soam estranhas estas palavras. Reconhecemos nelas o sentido de um certo comportamento de grupo, cuja verificação vem de longe, ao constatar que é “precisamente o poder de unísono que existe nos ajuntamentos humanos, onde as emoções e as opiniões se reforçam rapidamente graças ao seu contacto multiplicador”, que o tornam “por definição excessivo” (Tarde, 1991, pp. 133-134). Isoladamente ou sozinhas consigo próprias, as pessoas podem ser — e são frequentemente

— tolerantes, “mas uma vez congregadas, tornam-se autoritárias e tirânicas (...), porque nenhuma convicção enraizada suporta ser contestada (Tarde, 1991, p. 37).

Há mais de um século, o sociólogo e magistrado francês, Gabriel Tarde, em *A opinião e a multidão*, obra influente na emergência dos modernos estudos sobre a opinião pública, propõe a noção de público como discurso alternativo ao conceito de multidão, na análise e compreensão dos fenómenos coletivos ou de massa. Entende ele, num capítulo de impressionante atualidade intitulado “As multidões e as seitas criminosas” (pp. 130-180), que

aquilo que era desejo moderado ou opinião hesitante no instigador de tal propagação, na mente do primeiro inspirador de um rumor, por exemplo, depressa se transforma em paixão e convicção, ódio e fanatismo, na massa em constante fermentação em que esse germe é lançado” (Tarde, 1991, p. 135).

Dando a estas palavras a roupagem contemporânea do pensamento de Murray (2022), ele dirá que “as redes sociais revelaram-se uma forma superlativa de cristalizar novos dogmas e esmagar as opiniões contrárias exatamente quando mais precisávamos de as ouvir (p. 113). A questão, portanto, sendo de hoje, está longe de ser uma novidade.

Chocado pela condenação à morte e sem provas de Jean Calas, em 1762, e por todo o processo judicial que implicou a família daquele comerciante calvinista¹ de Toulouse, Voltaire publica no ano seguinte uma obra intitulada *Tratado sobre a tolerância*, que constitui, simultaneamente, um importante libelo contra o fanatismo desregulado das ruas favorecido pelo pensamento dominante, e uma reflexão acerca do que, posteriormente, conheceremos pela designação de opinião pública. A intolerância e os abusos que à sombra

1. À exceção de um filho, toda a família Calas, que há vários anos se dedicava ao comércio de tecidos importados da Índia, era protestante, numa cidade predominantemente católica. A referência à questão religiosa justifica-se pelo facto de ela ter sido, em larga medida, a causa para a prisão e condenação em causa.

dela são perpetrados representa o fio condutor da obra, em que a irracionalidade comportamental das pessoas é determinada pelo fanatismo das suas convicções:

Um fanático entre a população grita que Jean Calas havia enforcado seu filho Marc-Antoine. Esse grito, repetido, imediatamente se tornou unânime; outros acrescentaram que o morto pretendia fazer abjuração no dia seguinte; que sua família e o jovem Lavoisier o haviam estrangulado por ódio contra a religião católica. (...) A cidade inteira foi persuadida de que, entre os protestantes, é um imperativo religioso que um pai e uma mãe devem assassinar um filho, a partir do momento que ele pretenda converter-se (Voltaire, p. 4).

O jovem cometeu suicídio, mas o pai, face à severidade legislativa que à época impunha à desonra pública o corpo da vítima e à censura moral a respetiva família, escondeu, inicialmente, esse aspeto, procurando fazer valer a tese da morte natural. Só posteriormente Jean Calas contará a verdade, mas a pressão popular que, entretanto, já o condenara e exigia uma pena à altura das suas radicais convicções, acabou por se revelar um suporte cómodo para as decisões de um tribunal nada imune ao fanatismo religioso.

O antigo clamor das ruas movido pelo fundamentalismo cego das suas vozes foi substituído pela exaltação irracional que as redes sociais hoje proporcionam. Pesquisas recentes apontam, consensualmente, para a tendência de validação (e propagação) da informação, de acordo com as convicções e crenças de cada pessoa, a qual, por via dos algoritmos que medem, seletivamente, os conteúdos que deseja ver, estes são-lhe cirurgicamente servidos (Bakir & McStay, 2017; Pariser, 2011). No meio deste nevoeiro de equívocos, expressão de James Curran, acresce ainda o facto de hoje, qualquer pessoa poder produzir e distribuir informação falsa (Southwell *et al*, 2018) ou apelar ao ódio e à contestação, em larga escala. Tal significa que um qualquer indivíduo pode, em muitos casos, superar as audiências de média tão influentes como a *CNN*, *FOX News* ou *The New York Times* (Allcott & Gentzkow, 2017).

Sintomas de hiperdemocracia

À semelhança do poder multiplicador que as emoções desempenhavam na propagação das opiniões na viragem do século XIX para o século XX, elas continuam a assumir um papel nuclear enquanto fator centrado na viralização de conteúdos (Romero-Rodriguez *et al*, 2018), os quais, por via da crise de intermediação jornalística e crescente protagonismo das redes sociais, são agora facilmente potenciados através dos processos de dataficação e dos algoritmos.

O que mudou, desde Gabriel Tarde e Voltaire, foi o aparecimento da eletricidade e da tecnologia que possibilitam de forma instantânea a propagação dos mesmos preconceitos e fanatismos, hoje praticados e subdivididos nas categorias de racismo, xenofobia, misoginia, homofobia, discurso de ódio, etc, etc, etc.

É curioso notar, por outro lado, que da mesma maneira que as *newsletters* da generalidade dos média atuais tem uma interessante relação com a tradição epistolográfica dos jornais do século XIX (Santos & Peixinho, 2016), também a costumização e acesso a conteúdos informativos possui hoje uma inusitada proximidade com a velha teoria hipodérmica da comunicação, que fez escola no período entre as duas Guerras, no século XX, e segundo a qual, telegraficamente dizendo, cada cidadão é direta e pessoalmente tocado (atingido) pela mensagem, respondendo ou reagindo, isoladamente, às sugestões que lhe são inoculadas (Wright, 1975; Wolf, 1994). Com a vantagem de agora ser possível monitorizar e vigiar comportamentos, além de cada um poder criar as suas próprias comunidades digitais, segundo as respetivas motivações, objetivos e princípios de identificação comuns.

A finalidade da propaganda que é inerente ao modelo hipodérmico, será tanto melhor sucedida quanto mais frágeis forem os laços sociais do indivíduo, cuja atomização favorece as respetivas intenções manipuladoras. Alheados ou alienados da realidade, tais indivíduos vivem na sua própria irrealidade (ilusão), submersos na sua bolha:

O homem médio tem as “ideias” mais taxativas sobre quanto acontece e tem de acontecer no universo. Por isso perdeu o uso da audição. Para quê ouvir, se já tem dentro tudo o que faz falta? Já não é altura de ouvir, mas, ao contrário, de julgar, de sentenciar, de decidir. Não há questão de vida pública onde não intervenha, cego e surdo como é, impondo as suas “opiniões” (Ortega & Gasset, 1989, p. 83).

Este fragmento faz parte de *A rebelião das massas*, obra publicada pela primeira vez em 1930, na qual o autor discorre admiravelmente acerca da desintegração e falência da elite e do sentido de escuta que é, ao mesmo tempo, uma fragilidade ao nível da reflexão e da ausência de abertura ao debate e à admissão da dúvida. O pensamento de Ortega & Gasset apresenta aqui, apesar dos anos passados, uma interessante antecipação e, por isso, uma renovada interpelação aos nossos comportamentos em sociedade, num ecossistema comunicacional que proporcionou ao “homem-massa” uma afirmação no espaço público atual equivalente à do tempo em que se situa o texto:

A multidão, de repente, tornou-se visível, instalou-se nos primeiros lugares da plateia da sociedade. Dantes, se existia, passava despercebida, ocupava o fundo do cenário social; agora passou para a boca de cena, é ela a personagem principal. Já não há protagonistas: só há coro (Ortega & Gasset, 1989, p. 41).

Como se apressa a esclarecer o autor, “massa é todo aquele que não se valoriza a si mesmo (...) mas que se sente «como toda a gente» e, no entanto, não fica angustiada, sente-se à vontade ao sentir-se idêntico aos outros” (p. 42). É como se o individual se diluísse na massa, a qual, por sua vez, de forma indiferenciada apelasse para um todo coletivo capaz de arrasar o que é diferente e qualificado. Numa visão mais contemporânea Innerarity argumenta que o lugar de um “hipotético macrosujeito é agora ocupado pelo povo; onde antes havia superioridade hierárquica há agora expectativas e interesses” (2021, p. 306).

Além do mais, hoje cada um tem a possibilidade de se fazer ouvir individualmente ou em pequenos grupos, proclamando a sua verdade — manipulando a realidade a fim de levar o tal indivíduo atomizado e submerso na sua bolha, a agir. A atual capacidade de livre intervenção individual no espaço público, em que o “homem-massa” pode afirmar(-se) nos termos e modos que entender, empresta-lhe a ilusão de estar na posse de um poder inteiramente novo, como já antes Ortega & Gasset observava nas transformações da sociedade do seu tempo:

A massa suspeitava que, ao fim e ao cabo, com todas as suas peias e os seus defeitos, as minorias de políticos entendiam dos problemas públicos um pouco mais do que ela. Agora, pelo contrário, a massa julga que tem direito a impor e a dar força de lei aos seus tópicos de café. Eu duvido que tenha havido outras épocas na história em que a multidão tenha chegado a governar tão diretamente como no nosso tempo. Por isso falo de hiperdemocracia (1989, p. 44).

É interessante olhar como, num período de ascensão e afirmação de vários poderes autoritários e totalitários na Europa, o maior filósofo espanhol do século XX olhe para as mudanças sociais e políticas em curso e veja nelas sintomas de uma hiperdemocracia, como se a mera faculdade de livre expressão e reunião, como hoje sucede, pudesse funcionar como um atestado seguro dessa condição. Sabemos que assim não é, que a democracia é um estado de permanente abertura ao debate e que o seu processo de construção e consolidação exige cuidados extremos. Da mesma maneira que as teorias em torno da manipulação e do emprego dos *mass media* nesses processos se desenvolveram de forma muito sofisticada a partir dos primeiros anos do século XX, também agora o atual paradigma da comunicação em rede, num contexto marcado pelo individualismo característico do mundo digital (e neoliberal), nos transmite a ilusão de que tudo se resolve a partir das tomadas de posição nos pelourinhos contemporâneos que são as redes sociais.

Sucedo, no entanto, que ao lado desta capacidade de cada um poder elevar a sua voz, que é diferente de ter voz própria, se apenas, ou especialmente,

a utiliza para dar eco ao sentido de vozes alheias, importa prestar atenção à dimensão estratégica que as redes sociais desempenham na mobilização de multidões, hoje tecnicamente mais bem equipadas que os cidadãos e o tribunal de Toulouse do século XVIII ou as multidões irracionais analisadas por Gabriel Tarde.

Um dos exemplos mais eloquentes, recentes e tristes são as invasões de 8 de janeiro de 2023 às três sedes de poder, em Brasília, cujos ataques às instituições democráticas foram sendo incentivados e mobilizados através de um discurso de ódio veiculado, predominantemente, pelas redes sociais. Dir-se-á que tais movimentos, de forma genérica, são apolíticos, embora ideológicos, e que o ativismo que expressam tem um cunho eminentemente individualista; no caso dos acontecimentos de Brasília, eles foram protagonizados por uma multidão digitalmente conectada, porém desligada da realidade, como que habitando um mundo paralelo e destituído de valores, lembrando *os sonâmbulos*, de Hermann Broch.

A crise de confiança nas instituições, a qual não deve ser isolada das desigualdades sociais existentes, a que crescem os quadros de ansiedade e agressividade que os ambientes digitais potenciam, como aponta o neurocientista francês Michel Desmurget (2021), que há mais de uma década estuda os efeitos que a televisão e a exposição a todo o tipo de ecrãs produzem no nosso desenvolvimento cognitivo, designadamente na infância e adolescência, constituem a base de uma fórmula capaz de implodir o estado democrático.

“Todas as civilizações feneceram pela insuficiência dos seus princípios”, argumenta Ortega & Gasset (p. 97), para quem o verdadeiro poder reside na soberania da opinião pública. Ou seja, esta representa, em seu entender, “a força radical que nas sociedades humanas produz o fenómeno de mandar” (p. 128). Ora, quando o exercício do poder político democrático se confronta diariamente com processos comunicacionais que visam a sua erosão, e as posições que o atacam (fazendo uso de um meticuloso jogo emocional), apontam para a construção de realidades artificiais com a sua munição de

narrativas contra a ciência, o conhecimento em geral e a noção de verdade, isso significa que o alvo principal dessa estratégia é conquistar a soberania da opinião pública. Contudo, a racionalidade está ausente de todos esses mecanismos, uma vez que o êxito de todo o processo reside na manipulação das emoções, no fomento do ódio ou fanatismo, nas teorias da conspiração, na negação das realidade evidentes.

Em suma, como sustenta Murray(2020), a propósito do poder avassalador da tecnologia em todos estes processos, a finalidade é “implantar nas nossas sociedades uma nova metafísica ou, se preferirem, uma nova religião”. Porque o objetivo, segundo o mesmo autor, é “encontrar significado travando uma guerra constante contra quem quer que pareça estar do lado errado de uma questão que acabou, ela própria, de ser reformulada e cuja resposta acabou de ser alterada” (p.12).

Inquietação e radicalismo verbal

A globalização trouxe consigo não apenas uma espécie de alargamento — ainda que artificial — dos territórios e das relações estabelecidas no interior das suas fronteiras hoje tão permeáveis a todo o tipo de influências, circulação de ideias e de capitais, como nos impõe diariamente o esgotamento de valores outrora consagrados. Chamamos valor — *valore* na sua tradução etimológica — ao que remete para a prática e existência de algo positivo, como a honra e a dignidade, características amplamente valorizadas pelos bravos guerreiros medievais, a cuja época remontará o entendimento desse conceito.

Pois bem, ao invés do passado, onde as noções de bem e mal se encontravam mais estabilizadas, em boa parte devido à influência e papel da igreja, a contemporaneidade está marcada por uma enorme fragmentação de valores, que já não são absolutos — pelo menos no mundo ocidental — mas parciais, na medida em que a autonomia e liberdade individuais ambicionam sobrepor-se ao sentido coletivo.

Na ótica aristotélica de Estado, competia a este zelar pelo bem comum, conceção que, não podendo qualificar-se, formal e normativamente, de desatualizada, enfrenta evidentes dificuldades. O esfrelamento e erosão do seu poder, essencialmente marcado pela influência de valores e interesses de ordem individualista e de classe, tem levado o poder político e administrativo a comprometer-se — e privilegiar? — com os valores dessas mesmas posições, daí resultando um claro aproveitamento por parte de fações ou grupos que aproveitam a mais pequena brecha da democracia para a tentar esventrar.

Como escreve Mounk (2019) em *O povo contra a democracia*, o cidadão do tempo presente mostra-se inquieto e descrente, ao ponto de a sua desilusão para com a política e os partidos nos revelar um tipo de eleitor que parece estar farto da democracia liberal — no limite, não hesita até em lhe ser hostil. Diante de tal cenário, emerge um perfil de líder, em regra com um discurso ao mesmo tempo agressivo, simplista e maniqueísta, para quem a complexidade dos problemas e das sociedades contemporâneas é uma mistificação do sistema, ou seja, dos dirigentes e das políticas democráticas que, na ótica desses populistas, são a origem de todos os males.

Poderíamos dizer, como Innerarity, que temos de ser capazes de “aprender a lidar com um saber incompleto” (2021, p. 66), no sentido em que é imprescindível ter uma noção clara acerca da ignorância e do desconhecimento que as sociedades democráticas contemporâneas contêm. Para este investigador de filosofia política a densidade de desconhecimento do tempo presente está intimamente ligada a preocupações relacionadas com o paradigma da complexidade e com a teoria política dos sistemas sociais complexos, em cujo seio se procura desbravar caminho através de uma abordagem científica muito ampla e interdisciplinar, tendo em conta as noções de risco e de imprevisibilidade. Portanto, aquilo que constitui o “iluminismo do desconhecimento” (p. 66), na expressão do mesmo autor, traduz tão só, e não é pouco, a adoção de uma atitude ciente de que lida com uma totalidade social e política demasiado complexa e, com essa posição de princípio, é capaz de fazer face à incerteza e inexatidão. Tal significa, em síntese, que

fenómenos como a desinformação, falsidade, entre outros de sentido idêntico, não se inserem explicitamente nos referidos domínios da ignorância e do desconhecido, embora eles possam aí emergir de forma empacotada ou como sintoma de algum abcesso da democracia.

É neste contexto que a desintermediação política mais o uso desregulado das redes sociais para fins de manipulação da opinião pública, através da veiculação de discurso de ódio e de xenofobia, e de construção de narrativas paralelas completamente desfasadas da realidade concreta e palpável, constituem aspetos e preocupações centrais das sociedades contemporâneas. Depois de ao longo de um século os média tradicionais, quase sempre propriedade das élites económicas e políticas, concentrarem o monopólio da distribuição de informação a larga escala e à distância, esse poder como que caiu na rua: qualquer indivíduo pode viralizar para milhões de pessoas e de forma desregulada os conteúdos e mensagens que entender. Neste novo quadro comunicacional, os incitadores da instabilidade — como se viu com a invasão dos bolsonaristas às sedes de poder em Brasília, ou com os apoiantes de Trump que tomaram o Capitólio, em janeiro de 2021 —, têm mostrado levar vantagem. Aquilo que nos alvares deste século era visto como uma vantagem para a saúde democrática de acordo com o entendimento que, então, se fazia acerca dos avanços tecnológicos e sequente alargamento e popularização da Internet a todos os cidadãos — Larry Diamond chegou a classificar de “tecnologia da libertação” os prometedores avanços digitais —, mostra hoje que o reverso dessa moeda é incontrollável e pode constituir uma ameaça a essa mesma saúde democrática. De facto, várias grandes decisões políticas foram tomadas nos últimos anos, cujo destino foi determinado e influenciado pelas redes sociais e pela comunicação não mediada pelos jornalistas:

Especialistas e cientistas políticos afirmaram que os britânicos nunca aprovariam o Brexit. Aprovaram. Especialistas e cientistas políticos afirmaram que Donald Trump nunca seria eleito. Foi. Especialistas e

cientistas políticos afirmaram que a democracia nunca correria risco de se desconsolidar. Ela corre. Vivemos numa era de incerteza radical (Mounk, 2019, p. 48).

É ao olhar para este terreno minado que o cientista político norte-americano nascido na Alemanha, Yascha Mounk, não tem a menor dúvida acerca do impacto da tecnologia de comunicação digital nas práticas políticas. Porém, questiona-se sobre se

A perda de influência dos difusores tradicionais de informação irá empoderar as pessoas comuns e impulsionar a democracia — ou já causou estrago ao dar aos populistas a plataforma de que precisavam para envenenar nossa política? (2019, p. 206).

Colocados perante o que Innerarity chama de “ilusão democrática de desintermediação” (2021, p. 286), como se as possibilidades que a tecnologia nos põe à disposição, levadas à letra, nos conduzissem a uma espécie de redemocratização da vida coletiva, aquilo a que teremos de atender é à finalidade e objetivos do estado democrático e ao papel dos cidadãos e das instituições nesse quadro normativo, sem reduzir a sua vida unicamente à ideia de participação:

Do que se trata é de fazer girar a democracia sobre o conceito de uma vontade geral construída, igualitária e inclusiva. Tanta delegação e antecipação quanta seja necessária, tanta verificação quanta seja possível, esta poderia ser a fórmula de uma práxis de governo que não queira ser politicamente contraditória nem democraticamente injustificável (Innerarity, 2021, p. 305).

Tais preocupações estão longe de fazer parte dos indivíduos e dos grupos que fazem do rumor, do boato, dos preconceitos e da desinformação a sua militância e participação na sociedade. Mounk (2019) recupera, de resto, a sondagem feita em 2016, no dia seguinte a Trump se ter referido a Hillary Clinton como sendo o “demónio”, e em que 41% dos apoiantes do antigo presidente disseram acreditar que tal correspondia inteiramente à verdade,

para concluir que a difamação e os efeitos dela decorrentes podiam ganhar foros de credibilidade. Isto é, por mais bizarras, falsas ou obscuras que possam ser as afirmações, se houver uma predisposição para acreditar nelas, estas passam a ser assumidas como verdadeiras.

O caso de Jean Calas dirimido por Voltaire não só dá razão a Mounk como, dolorosamente, nos revela a densidade do problema. Onde haja predisposição para acreditar e dar guarida ao fanatismo ou credence mais extravagante esta fará sempre o seu caminho. O que mudou os dados da equação foi a tecnologia. Em 1997, discursando nas comemorações oficiais do 10 de junho, o escritor Alçada Baptista questionou a atualidade da letra do hino nacional, afirmando que ela não lhe parecia “adequada à nossa civilização” e que por isso, “não pode ter nenhum eco no coração da juventude evocar a vitalidade da Pátria, gritando «às armas» e propondo-se «marchar» contra os canhões”². Em janeiro de 2023, no final da sua atuação na conferência comemorativa dos 50 anos do jornal *Expresso*, o cantor português de ascendência cabo-verdiana, Dino D’Santiago, ainda no palco da Fundação Champalimaud, onde decorrera a sessão, disse: “já é um tempo de termos um hino menos bélico, que incentive menos à guerra. Não gritemos mais «às armas, às armas» e não marchemos mais «contra os canhões». Os nossos filhos não precisam disso”.

No rescaldo das afirmações de Alçada Baptista, ocorridas num tempo em que eram ainda os média tradicionais que mediavam toda a informação, aquilo que de mais crítico se ouviu e leu não foi além de meras discordâncias ou sugestões para um debate sobre o assunto, sem que algum dos comentários ferisse ou atingisse a honra do escritor, mesmo quando um dos militares condecorado se disse “indignado” com a proposta. Agora, no tempo comunicacional dominado pelo moderno poder da rua que são as redes sociais, assistiu-se a insultos racistas e xenófobos e ao uso de uma linguagem

2. O filósofo André Barata, da Universidade da Beira Interior, em artigo publicado no *Jornal Económico* (14/08/2020), recuperava a intervenção pública de Alçada Baptista para questionar igualmente a validade e sentido de uma letra escrita num dado contexto histórico-político, com o qual afirmava, tanto ele como a juventude de hoje não se sentem identificados.

excessivamente agressiva como reação às palavras de Dino D’Santiago, cuja declaração, no essencial, limitou-se a mimetizar o que Alçada Baptista dissera 35 anos antes.

A agressividade e o radicalismo verbal, que tem conduzido a uma crescente polarização das sociedades revelam ser características dominantes das redes sociais. A prática do Facebook, segundo declarações prestadas no Congresso americano em outubro de 2021, por Frances Haugen, cientista de dados e antigo quadro da empresa, “não só falha em eliminar o discurso de ódio online, como desenhou o seu algoritmo para promover esse tipo de interações, porque é esse o seu modelo de negócio”. A mesma engenheira, que enviou uma apreciável quantidade de documentos internos do Facebook ao *Wall Street Journal* e à Comissão de Valores Mobiliários dos EUA, para garantir a veracidade das suas denúncias, afirmou ainda que “o Facebook faz mais dinheiro quando as pessoas consomem mais conteúdo, porque elas gostam de interagir com coisas que causam uma reação emocional”.

Impossível não detetar, por isso, nesses comportamentos movidos pelo preconceito, pelo ódio ou simples desejo de atacar de forma irracional pessoas, instituições ou ideias, uma certa degradação racional, que entrega à esfera emocional o primado da respetiva tomada de decisões e das suas interações sociais.

Degradação de valores

Na linha orbital dos idealistas alemães Hegel e Schelling, o escritor austríaco Hermann Broch (1886-1951), nascido em Viena e falecido nos Estados Unidos (New Haven), é um nome incontornável da literatura no século XX. Entre 1931 e 32 escreve uma das suas obras fundamentais — *Os sonâmbulos* — e, porventura, a que mais reflexões e estudos vem suscitando ao longo dos anos. Nela o escritor fala-nos da progressiva degradação dos valores humanos no período compreendido entre a última década do século XIX (que marca a queda de Bismarck e a ascensão da política expansionista do

imperador Guilherme II) e o final da I Guerra, em 1918. Toda a ação desta narrativa que corresponde a uma trilogia — “1888-Pasenow ou o romantismo”; “1903-Esch ou a anarquia”; “1918-Huguenau ou o realismo” — tem por cenário as grandes transformações e movimentos sindicais, políticos e até militares que abalam a sociedade alemã, o que significa que por via dos vários diálogos e descrições, o leitor vai poder entrar em contacto com as diversas camadas humanas que constituem o tecido social de um país em mudança, mas sem rumo definido e certo.

Numa semelhança com os tempos atuais, Broch confronta-nos com várias situações demonstrativas da mercantilização das relações humanas em que tudo se justifica em prol do lucro, ao mesmo tempo que insere na narrativa personagens homossexuais como forma simbólica de representação de figuras socialmente marginalizadas (“1903-Esch ou a anarquia”).

Num dos momentos muito significativos desse mesmo texto, observamos que o tempo da narrativa afigura-se vazio e raso de significado, uma vez que “tudo é futuro” no “comboio impiedoso” (Broch, 2018, p. 275) que Esch apanha para Müllheim, o qual se assume como elemento de aceleração da vida e do tempo e, nesse sentido, como objeto em permanente transição entre o passado e o futuro, ou seja, rumo ao desconhecido. Por outro lado, o seu ritmo e movimento incansável exige aos viajantes ou passageiros que rapidamente e sem hesitações entrem nele, independentemente do destino, da mesma maneira apressada e ansiosa com que o cidadão contemporâneo toma as suas atitudes quotidianas:

A indecisão e a falta de fôlego bastam, seguramente, para pôr um homem de temperamento colérico a praguejar, ainda por cima quando, pressionado pelo sinal de partida, tem de trepar os degraus incômodos da carruagem a uma velocidade estonteante e bate com a canela no estribo. Pragueja, pragueja contra os degraus e a sua estúpida construção, pragueja contra o destino. Contudo, atrás de uma tal grosseria,

esconde-se uma percepção mais exata, mais estimulante, e, se a pessoa fosse lúcida, poderia seguramente formular essa percepção: tudo isto não é mais do que obra humana (Broch, 2018, p. 274).

Esse apelo à racionalidade, tantas vezes ausente, capaz de produzir pensamentos que aspiram a um certo sentido de universalidade a partir da experiência individual, introduz na lógica do narrador, uma fronteira clara e inamovível entre aquele que vai, o viajante, e aquele que fica, que está, o sedentário que não se apercebe que “está rodeado por obras humanas e que as suas ideias também não são mais do que simples obra humana” (p. 274).

Sobressai na narrativa de Broch um claro desconforto de Esch perante a ideia de transitoriedade, da vida presa ao desconhecido, à incerteza e à aventura. Os valores humanos que nos são mostrados e descritos revelam, por seu lado, toda uma ordem social contraditória, diríamos quase em situação de falência:

Quem vai sentado na direção da marcha despreza os outros, que vão a olhar para o passado; receiam a corrente de ar e, quando a porta se abre de repelão, receiam que alguém possa vir torcer-lhes o pescoço. Pois aqueles a quem isto acontece já nada sabem de justiça, entre a culpa e a expiação; duvidam de que dois e dois sejam quatro, duvidam que sejam filhos da sua mãe(...). É assim que têm também as pontas dos pés viradas cuidadosamente para a frente, apontando para os negócios que vão procurar fazer. Pois é nos negócios que fazem que reside a sua comunidade. Uma comunidade sem força, mas cheia de incerteza e cheia de má vontade. (...) Travam conversas zangadas e críticas sobre as instituições políticas do *Reich*, sobre a ordem pública e sobre a Justiça, criticam as coisas e as instituições de forma violenta, se bem que com palavras em cuja adequação já não conseguem propriamente acreditar (Broch, 2018, p. 276).

Tais viajantes preferem o sono e o sonho à realidade. O doce embalo onírico assume a forma de um desejo irresistível, a fuga possível e inabalável:

As suas palavras tornam-se cada vez mais inseguras e sonolentas e a conversa não tarda a morrer num murmúrio confuso. Um ou outro ainda dirá que prefere agora fechar os olhos a contemplar a vida que passa vertiginosamente, mas os companheiros de viagem, fugindo de volta para o sonho, já não estão a ouvi-lo (Broch, 2018, p. 276).

O narrador fixa seguidamente a atenção no protagonista, para quem a realidade está simultaneamente longe e distante, o que faz com que exista uma névoa entre o pensamento eminentemente especulativo de Esch e a dimensão física com que apreende o mundo exterior. Daí que quando decide, à semelhança de outros viajantes, tapar também a cara e regressar ao sonho “começa a despontar nele um saber que talvez já possuísse, mas a que não prestou atenção. Está no limiar do sonambulismo” (p. 277).

Pouco depois, o narrador volta novamente a usar da palavra, para a primeira de uma série de interpelações essenciais: “será que esta vida distorcida ainda tem realidade? Será que esta realidade hipertrófica ainda tem vida?” (Broch, 2018, p. 345). Neste momento estamos já no terceiro texto — “1918-Huguenau ou o realismo” — da trilogia de *Os sonâmbulos*, onde a ideia da degradação dos valores é mais vincada (não obstante essa ideia perpassar ao longo de toda a obra), agora agravada pelo cenário de uma imensa irrealidade que é a guerra, onde “a realidade se dissolve na mais ilógica das fantasmagorias” (p. 346).

Huguenau é o protagonista, homem de um individualismo exacerbado, que desertou da guerra e não olha a meios desde que os fins sirvam os seus interesses. A narrativa sobre o seu percurso é entremeada com fragmentos de travo ensaístico, em que o narrador, numa atitude brechtiana, se distancia do próprio curso dos acontecimentos para se interpelar a si e aos leitores acerca das razões e dos contornos do que se passa, de como as pessoas se relacionam com a realidade ou como esta, por vezes tão ilógica e absurda, interfere na vida delas e a determina, em suma, como foi evoluindo todo o processo histórico e como os valores, longe da subordinação à moral cristã medieval, se vão paulatinamente degradando. E ainda, o que é mais

impressionante, o modo como podemos reconhecer nas reflexões do narrador, as atuais atitudes dos guerrilheiros das redes sociais:

A pessoa comum, cuja vida decorre entre a manjedoura e a cama, não tem absolutamente nenhuma ideologia e, por isso, foi fácil de conquistar para a ideologia do ódio. (...) É uma cisão da vida e da vivência coletivas, que vai muito mais fundo do que a separação entre indivíduos isolados, uma cisão que atinge o indivíduo isolado e a sua própria realidade (p. 346-347).

Hermann Broch detém-se a seguir a discorrer sobre a lógica radical de cada função, tomando como exemplos as práticas que caracterizam o militar, o pintor, o burguês ou o revolucionário. Há na realização de cada um desses processos e atividades, em seu entender, uma radicalidade agressiva e brutal que “irrompe de todos os valores e não-valores desta época” (p. 409), para voltar, de novo, através de um excuro epistemológico, a interpelar-se acerca do sentido da realidade, buscando na concepção histórica pós-hegeliana a ideia de centralidade do conceito de valor. Os 10 ensaios (sob a designação “Degradação de valores”) que Broch insere nesta terceira parte de *Os sonâmbulos*, efetuam um trajeto sobre o processo histórico ao longo do qual sobressai a ideia de que a noção de verdade não está desligada da interpretação e visão de mundo de cada época que, por sua vez, contém um dado sistema de valores:

Todo o sistema de valores nasce de esforços irracionais e transformar a compreensão do mundo irracional, eticamente inválida, no absolutamente racional, esta tarefa autêntica e radical de «conformação», torna-se um objetivo ético para todo o sistema de valores suprapessoal. E todo o sistema de valores fracassa na execução dessa tarefa (Broch, 2018, p. 565).

Acresce, ainda, na mesma linha de raciocínio do autor, que quanto “mais pequeno se torna o sistema, menor se torna a sua capacidade de ampliação ética” (p. 567), o que significa que o indivíduo à medida que se afasta ou se alheia de participar em um sistema superior de valores, isto é, de ser um

elemento integrante dessa grelha axiológica, está a reduzir a sua «teologia privada», a qual, por sua vez, de tão modesta, vai revelar-se “incapaz de captar seja que valores forem fora do seu domínio individual mais íntimo” (p. 567).

A falência dos valores, em consequência, justamente, da sua degradação, reforçada pelo assassinato de Esch, por Huguenau, quase no final, é mais um sintoma evidente de toda uma irracionalidade que perpassa ao longo do romance e que surge especialmente vincada quando o narrador afirma:

O ser humano, que, expulso de toda a associação de valores, se tornou no único portador do valor individual, o ser humano «banido» metafisicamente, banido porque a comunidade se desfez e pulverizou em indivíduos, não tem valores, não tem estilo e já só pode ser determinado a partir do irracional (p. 567).

Zombis e “mortos-vivos”

É certo que estamos diante de uma obra literária, um “romance gnoseológico” como o próprio Broch o classificou, cuja matéria ficcional, como haveria de explicitar, num outro texto, centra-se num jornalismo filosófico moribundo, uma vez que o território da literatura corresponde a esse amplo espaço que se ocupa de temas (antecipando-os) para os quais a ciência, fruto do seu ritmo mais pausado, ainda não olha. Isto mesmo, aliás, é bem evidenciado no Prefácio de *Os sonâmbulos*, por António Sousa Ribeiro, que se encarregou também da tradução para português, e cuja visão reforça, no essencial, a interpretação que dela igualmente fazemos e fomos dando conta: “o colapso de um sistema de valores que se fragmentou, tornando ilusória a busca de sentido” (p. 9). Tal constatação resulta da capacidade de orientação das pessoas no mundo ser “precária e condenada ao fracasso”, no sentido em que “vivem num estado de semi-vigília, em que se vão agarrando a soluções e visões fundamentalmente inadequadas” (Ribeiro, 2018, p. 9).

Uma das interpelações recorrentes ao longo da obra que nos mostra um mundo despojado de preocupações éticas, confronta-nos sobre a (im)

possibilidade de uma relação ética com o mundo, sem que o autor avance ou deseje, sequer, ensaiar uma tentativa de resposta ou de saída para um dilema que, estranha e curiosamente, faz parte das preocupações e comportamentos contemporâneos. Do ponto de vista das interações sociais estaremos diante de categorias de mortos-vivos, numa aproximação ao conceito de “zombificação” individual que Marc Deuze (2013) tão bem explora, a partir da ideia e da observação de que vivemos nos média e em particular nas redes sociais. Nesta perspectiva, o zombi que vive nesse ambiente virtual, a par de *Os sonâmbulos* de Broch, mais parecem autómatos sem vida, no sentido em que há uma perda de consciência relativamente à capacidade de discernir e de separar o fenomenal e o físico (Deuze, 2013).

Dir-se-á, aliás, porventura com mais rigor, que se trata de um tema que nunca deixou de estar presente no quotidiano das sociedades. Theodor Adorno, figura central da Escola de Frankfurt e da Teoria crítica, em conferência proferida em 1967, em Viena, para a União dos Estudantes Socialistas Austríacos, intitulada “Aspetos do novo radicalismo de direita” (2020), posteriormente publicada em livro, analisava o ressurgimento dos movimentos radicais de direita, tendo por referência a ascensão do Partido Nacional-Democrata da Alemanha (NPD), de matriz neo-nazi — na então República Federal Alemã —, que em 1964, dois anos depois da sua criação, conseguira resultados eleitorais surpreendentes. Adorno apontava, então, o recurso à mentira e à veiculação sistemática de informações falsas como instrumentos de ação da direita radical. Meio século depois, como observa Mounk (2019), são ainda os populistas e radicais de direita que melhor exploram as tecnologias “para fazer tudo que for necessário para serem eleitos – mentir, confundir e incitar o ódio contra os demais cidadãos” (p. 219). Quando atualmente passamos duas vezes mais tempo conectados do que em 2008, tornando-nos muito mais expostos a uma variedade de informações, muitas vezes não-verdadeiras (Wardle, 2017), isso só torna ainda mais complexa a informação, a capacidade de atuação das instituições e as relações em sociedade.

Ontem como hoje, os processos e as manipulações com recurso ao boato e à falsidade, agora tão acessíveis a cada um, são reveladores, independentemente das diferentes filiações ao longo do tempo, de uma inequívoca degradação de valores. Tais práticas inscrevem-se, por outro lado, no âmbito de uma irracionalidade comportamental que, à semelhança do sono profundo dos sonâmbulos, misturam realidade com sonho e ilusão, sempre em estado de negação. Como se fora uma epidemia de ressentimentos.

12. INTELIGÊNCIA SUPERFICIAL

*Uns anjos tronchos do Vale do Silício
Desses que vivem no escuro em plena luz
Disseram vai ser virtuoso no vício
Das telas dos azuis mais do que azuis
Agora a minha história é um denso algoritmo
Que vende venda a vendedores reais
Neurônios meus ganharam novo outro ritmo
E mais, e mais, e mais, e mais, e mais
Caetano Veloso, Anjos Tronchos*

Na sociedade de *Player Piano* (A revolução do futuro, na edição brasileira), livro publicado em 1952, as máquinas substituíram os humanos, os empregos são um bem escasso e apenas os mais capazes e possuidores dos melhores QIs podem aspirar a bons empregos e salários. Proteus é um desses privilegiados, um tecnocrata que tem tudo a que poderia ambicionar: alto cargo, máximo conforto, um bom e estável casamento e vive, como os seus pares, num dos locais mais aprazíveis da cidade. A maioria da população, pouco útil ao processo produtivo, subsiste de alguns trabalhos braçais, das subvenções garantidas pelo Estado e habita na periferia, que fica no outro lado do rio que divide a cidade.

Escrito nos alvares da computação pelo norte-americano Kurt Vonnegut Jr. (nome incontornável da ficção científica), a obra é uma impressionante alegoria sobre os valores do mundo capitalista focado nos ideais da produtividade e da eficiência, confrontados pelo poder de um imperialismo tecnológico face às contradições sociais e culturais que a automatização generalizada vai desencadear. A ação desenvolve-se num cenário de distopia social, em que a ideia de indiferença é marca dominante.

Em breve, tudo indica que a realidade vai superar a ficção e o sinal mais evidente vem da consultora McKinsey, que prevê que até final da presente década entre 75 milhões e 375 milhões de pessoas em todo o mundo vão perder ou ter de mudar de emprego, devido aos impactos da automação. Pelo meio, é evidente, outros milhões de empregos em áreas ainda desconhecidas vão ser criados. Como ouvimos certa vez a escritora Dulce Maria Cardoso afirmar num programa televisivo onde colabora (SIC), “o futuro é uma cilada e o presente um paradoxo”. Quando aplicado ao jornalismo, dir-se-á que é demasiado incerto e inseguro.

Em 2019, a partir de uma pesquisa intitulada, “Novos poderes, novas responsabilidades”, nasce o *Journalism IA*, projeto da London School of Economics and Political Science, apoiado pelo *Google News Initiative*, que visa acompanhar e empoderar as redações, à escala global, acerca do uso e das potencialidades oferecidas pelas tecnologias de Inteligência Artificial. No âmbito da referida pesquisa foram entrevistados 116 jornalistas de 32 países que trabalhavam em 71 organizações mediáticas, dos quais 68 por cento afirmaram que o uso da Inteligência Artificial tornava o trabalho jornalístico melhor e mais eficiente. Tais prognósticos têm os seguintes pressupostos bondosos: 1) toda a inovação de base tecnológica, como historicamente se tem observado, permite melhorar a qualidade do que se produz; 2) torna mais ágeis as práticas profissionais; 3) no caso concreto das redações, pensa-se que vai libertar os jornalistas para tarefas mais criativas e para trabalhos cuja especificidade exige a intervenção humana e em que esta não pode ser substituída pelos algoritmos da automatização; 4) será uma boa ferramenta no apoio às grandes narrativas jornalísticas; 5) melhora o bem-estar dos jornalistas; 6) a carência de recursos humanos terá na IA um aliado estratégico, com (alegados) benefícios para os públicos.

Tendo como principal referência as reconhecidas potencialidades tecnológicas que a IA oferece e cujas vantagens podem resumir-se nos seis pontos anteriormente referidos, ninguém ousará não aderir incondicionalmente a este admirável mundo novo. Acresce, ainda, que um extenso documento publicado em dezembro de 2022 pelo *Nieman Lab*, sobre as previsões para

o jornalismo em 2023¹, contém uma dezena de textos focados na IA, cujas opiniões são generalizadamente otimistas. No essencial, reforçam a capacidade de aumentar a velocidade de produção e distribuição de informação, ao mesmo tempo, como refere Peter Sterne no texto que assina, que libertam os jornalistas para o seu relacionamento com as fontes (processo que a IA não poderá fazer) e para atividades mais criativas, deixando para a tecnologia as tarefas de transcrição de entrevistas e as notícias da agenda diária. No mesmo documento, Burt Herman prevê que os jornalistas vão tornar-se ainda mais essenciais para a sociedade, à medida que a IA entrar no *mains-tream*, assim como acredita no crescente rastreamento de possíveis abusos e na transferência da ética jornalística para o ambiente tecnológico.

Mas se Herman acredita que as máquinas vão ser um auxiliar do trabalho jornalístico, não deixa de manifestar, por outro lado, algumas reservas. Ao pedir ao ChatGPT que redigisse um *lead*, segundo os padrões de um jornal tablóide, para uma notícia que explicitasse as implicações da IA no futuro do jornalismo, o texto obtido foi o seguinte: “os repórteres robôs vêm roubar o seu trabalho! Este é o aviso dos especialistas, pois a tecnologia da IA continua a avançar, com o potencial de revolucionar a indústria jornalística”². Não obstante reconhecer as múltiplas e amplas possibilidades que tais máquinas disponibilizam, Herman insiste num ponto essencial: as perguntas difíceis devem continuar a ser feitas pelos humanos. Por outras palavras, a IA deve ser entendida como uma ferramenta de apoio e facilitadora das tarefas de uma redação, mas nunca como substituta das interações humanas, da observação e do sentir único e singular que só o jornalista (por enquanto) pode experimentar ter e perceber.

Mesmo assim, a generalidade das previsões aponta para uma subida em flecha da IA nas redações, a partir de 2023, embora as vozes mais prudentes aconselhem, sobretudo quando se referem ao ChatGPT³, que este

1. Texto integral do documento: <https://www.niemanlab.org/collection/predictions-2023/>

2. Texto integral do artigo de B. Herman, “The year AI truly arrives — and with it the reckoning”, acessível em: <https://www.niemanlab.org/2022/12/the-year-ai-truly-arrives-and-with-it-the-reckoning/>

3. Vai ser impossível acompanhar a velocidade de introdução de mecanismos de IA nas redações, pelo que nos mobiliza, sobretudo, fazer uma breve reflexão acerca do fenómeno e as alterações que este

seja sobretudo utilizado como um assistente de pesquisa. Entretanto, a revolução silenciosa já começou. Em maio de 2020 a Microsoft deu início à substituição da sua equipa de jornalistas dedicada à seleção de notícias e demais conteúdos que publica nas suas plataformas MSN e Microsoft News, por sistemas de Inteligência Artificial. Quatro meses depois, a 8 de setembro, o *The Guardian* publicou um artigo integralmente escrito por um robô⁴, que a certa altura do texto, ironicamente escreve: “não peço que os humanos gostem de mim. Mas devem ver-me como um robô amigo. Sou um servo dos humanos”. No início do mesmo ano, em janeiro, a Agência espanhola de notícias, *EFE*, introduz um novo serviço de elaboração de informações desportivas (segunda divisão B de futebol) sem necessidade de intervenção de qualquer jornalista. A onda está longe de envolver apenas o campo jornalístico. Em abril de 2020, na cidade alemã de Bonn, onde nasceu, foi apresentada a versão completa da 10ª Sinfonia de Beethoven, que o músico deixara incompleta, e que agora, com recurso a um complexo jogo de algoritmos e à Inteligência Artificial, foi possível terminar, como se tivesse sido o próprio autor, 250 anos após a morte, a completar a obra inacabada.

Virtudes e fragilidades da Inteligência Artificial

Jornalismo automatizado (*automated journalism*) refere-se à redação automática de notícias por intermédio de uma máquina, cuja introdução nas redações tem vindo a ser feita de forma gradual e consistente. Como no passado sucedeu com os computadores, e antes com as máquinas de escrever e muito antes com o telefone, suscita, como qualquer novidade tecnológica, imediato entusiasmo do ponto de vista operacional, mas também dúvidas prudentes acerca das mudanças organizacionais e rotinas de trabalho que fatalmente provocará.

terá nas rotinas jornalísticas e menos as suas potencialidades tecnológicas. O fluxo é na verdade imparável: em fevereiro de 2023 foi lançado um *handbook* sobre jornalismo local e ChatGPT, com o objetivo de apoiar as pequenas redações no uso de *open IA*, cujo link é: <https://jamditis.notion.site/jamditis/Beginner-s-prompt-handbook-ChatGPT-for-local-news-publishers-15d1f07d5b194265a41fdd42955679b44>. Texto integral do artigo no *The Guardian*: https://www.theguardian.com/commentisfree/2020/sep/08/robot-wrote-this-article-gpt-3?fbclid=IwAROC77xaqdb4FyV19BxdmAuaCrcOOzLUrIVz1lx-8n3hOnTOT9bTfr1QAFNk#_=_

Remonta à década de 1970 a primeira experiência tecnológica, embora muito incipiente, destinada a escrever previsões meteorológicas automatizadas. Agora a IA pode ser usada nas redações em prol da descoberta, investigação e divulgação de atos de corrupção. Furtado (2022), da Universidade do Texas (Austin), mostra numa pesquisa que desenvolveu envolvendo órgãos de comunicação de três países — Argentina, Brasil e Peru — como as redações aproveitam as potencialidades da IA como ferramentas na investigação jornalística de casos de corrupção, na América Latina. Vários trabalhos de investigação, designadamente aqueles que têm sido realizados através de consórcios internacionais de jornalistas têm, com efeito, recorrido ao apoio da tecnologia, uma vez que só assim se torna viável tratar e selecionar grandes quantidades de dados e de informações.

Do ponto de vista operativo esta tecnologia oferece inegáveis vantagens. Porém, como qualquer avanço neste domínio, tudo depende ao serviço de quem e do quê ela vai estar. Um perturbador artigo de Jean Tirole (2021), Nobel da Economia em 2014, intitulado “Distopia digital”, discorre, precisamente, em torno do poder oculto (ou intransparente) dos algoritmos da IA, perante cuja força e presença as relações de sociabilidade como que perdem a sua vontade própria, isto é, aceitam de forma passiva e conformista que seja a automação das máquinas a dispor de toda capacidade de decisão. E, assim sendo, não resta senão confiar nas decisões que elas tomarem.

Todavia, como problematiza Byung-Chul Han, em *Não-Coisas: transformações no mundo em que vivemos*,

A inteligência artificial aprende com o passado. O futuro que calcula não é um futuro no sentido próprio do termo. Ela é cega para os acontecimentos. Mas o pensamento tem um carácter de pensamento. Coloca no mundo algo *completamente diferente*. A inteligência artificial não possui a *negatividade da rutura*, que permite o aparecimento do *novo* em sentido enfático. Leva a que tudo continue *igual*. Inteligência significa *escolher entre (interlegere)*. A inteligência artificial só opta por uma

escolha entre *opções previamente dadas*, ou, em última instância, entre *um e zero*. Não sai do previamente dado para se dirigir até ao *nunca percorrido* (2022, p. 50).

Daí que se nos afigure apropriado deslocar o tema da segurança tranquila em que a autoridade tecnológica o coloca, para a situação desconfortável em que o sentido das suas virtualidades possa ser interpelado. Há um precedente para tal desconfiança: a tomada das redações pelo poder dos computadores no início deste século aumentou a capacidade de produção e de distribuição de informação, mas também a sua redundância, ao mesmo tempo que a prensa passou a ser a palavra-chave da profissão; no entanto, as transformações ocorridas com a chegada dessas tecnologias raramente tiveram em conta qualquer preocupação com o reforço e papel insubstituível da ação humana. O que se passou, como é sabido, foi precisamente o inverso.

Nesse sentido, impõe-se perguntar: quando se afirma que a IA visa apoiar o trabalho jornalístico⁵, isso significa que ela vai servir melhor os interesses dos acionistas da empresa, com a sequente redução de recursos humanos e de custos de produção ou vai servir melhor a função dos jornalistas?; a qualidade final dos conteúdos vai ser beneficiada? As perguntas são tão óbvias quanto necessárias, uma vez que se a IA vai potenciar o acesso a mais informação, quer dizer que as redações vão precisar de mais e melhores recursos humanos para lidar com o novo cenário de superabundância noticiosa. A realidade mostra que não é isso que temos tido. Nos canais de televisão por cabo, os seus ciclos ininterruptos de 24 horas de informação em vez de fazerem jus ao nome, apresentam *ad nauseum* as mesmas notícias e comentários. Ou seja, a diversidade e quantidade dos conteúdos está longe

5. Deve também falar-se de trabalho artístico e não exclusivamente jornalístico. Em março de 2023 estalou uma polémica em torno das fotos da autoria do norte-americano Jos Avery, cujas imagens — retratos intimistas — levaram a que num ápice tivesse conquistado mais de 30 mil seguidores no Instagram, onde regularmente publica os seus trabalhos. A polémica deveu-se ao facto de Avery ter confirmado, em entrevista, que as pessoas retratadas nas fotos não existiam: estas eram geradas com recurso à IA: <https://arstechnica.com/information-technology/2023/02/viral-instagram-photographer-has-a-confession-his-photos-are-ai-generated/>

de acompanhar as possibilidades introduzidas pela tecnologia, porquanto tal só seria possível com redações maiores e mais bem apetrechadas.

Por outro lado, quando falamos de máquinas e de automação, está implícita a presença de um determinado software. Pois bem: a quem vai caber fazer os seus códigos?, que critérios vão ser privilegiados?, que valores humanos, enfim, vão estar impregnados nos softwares da IA?, qual a visão de mundo que o algoritmo vai dar?, que tipos de prioridades estarão na respetiva programação? É imprescindível ter respostas claras para estas e outras perguntas que desafiem a tranquilidade da tal autoridade tecnológica em que assenta o discurso dominante sobre a sua função, sob pena de se aceitar a existência de um sistema marcado por uma indesejável opacidade. E aquilo que mais se deseja é transparência de processos.

Entendemos, nesta linha de raciocínio, que a tecnologia, enquanto inteligência não humana, não deixa de expressar as relações de poder do seu tempo e, assim sendo, ela tenderá a replicar e a privilegiar através dos seus códigos de interpretação e de ação as ideias, valores e preconceitos socialmente dominantes. Mais um argumento a favor da intervenção humana, num quadro onde as ideias de diversidade e respeito pelas minorias, entre outros aspetos e pormenores, devem merecer uma atenção permanente, o que, no caso, significa uma vigilância apertada dos jornalistas para com os conteúdos gerados pela IA. A que acresce, ainda, o relacionamento com as fontes, processo alheio às máquinas, mas cujo ritmo elevado de produção noticiosa tenderá a aumentar, proporcionalmente, a necessidade, por parte dos jornalistas, de contacto e verificação de dados junto das fontes.

Finalmente, mas não menos importante, convém não perder de vista aquilo que o próprio ChatGPT diz sobre si mesmo: o facto de ter sido treinado em língua inglesa pode levar a que tenha dificuldade em responder em outros idiomas, além de que ao ser um modelo de linguagem criado por computador, não substitui as relações interpessoais: “não posso ser utilizado como substituto de interações humanas”, diz o ChatGPT sobre si próprio.

“Homem-motor” ou ser pensante

Sem desmerecer das incontáveis vantagens e possibilidades que a IA pode trazer para o jornalismo, pensamos, no entanto, que é sempre prudente conter o entusiasmo das palavras que, perante as promessas fascinantes da tecnologia, tendem a sobrevalorizar o que esta traz de novo e é capaz de oferecer, sem atenderem ao lugar da fala. Longe de considerarmos a hipótese de uma reedição do movimento ludita, aquilo que nos move é, essencialmente, o desejo interpelador de perceber a função e papel da tecnologia num contexto profissional onde devem imperar os valores humanos da dignidade, diversidade e democracia, entre outros, e menos o propósito da superprodutividade desregulada, enquanto conceito e finalidade em si mesma.

Ocorre, a este respeito, observar, aliás, que à intensa discussão de ordem ética suscitada pelo anúncio da clonagem da ovelha Dolly, em fevereiro de 1997, face às questões novas que tal experiência introduzia na sociedade, atualmente estranha-se o relativo sossego traduzido na ausência de debate em torno da IA e das alterações e impacto que ela contém e vai provocar nas rotinas diárias de muitas profissões, desde logo no jornalismo, e nos limites da sua aplicação e exercício.

O historiador norte-americano e professor emérito da universidade de Princeton, Anson Rabinbach, apresenta-nos uma desafiante metáfora em *Human motor* (1992), onde se refere à possibilidade de uma sociedade ausente de fadiga. O seu pensamento discorre em torno dos limites do corpo humano, face às exigências dos índices produtivos a que está sujeito. Pois bem: esse estado de ausência de fadiga será a melhor das utopias empresariais, feita de máquinas incansáveis, sem sentimentos nem afetos e alheias a qualquer necessidade reivindicativa.

Ao invés, o melhor que o “motor humano” possui é a capacidade distintiva de pensar e discernir. Mesmo quando sujeito a índices elevados de produtividade, ou sobretudo nessas situações, é ainda a sua possibilidade de avaliação que sobressai. Como naqueles versos finais de um poema de Bertold Brecht, em que ele, justamente, desmonta a visão dos que entendem o ser humano

como uma mera máquina de trabalho ou ao serviço de outrem: “O homem, meu general, é muito útil: / Sabe voar, e sabe matar / Mas tem um defeito/ — Sabe pensar”⁶.

É esta capacidade de criação de pensamento novo que dá ao ser humano, na visão crítica de Han (2022), a vantagem de possuir uma densidade e clareza que são alheias às máquinas:

O pensamento humano é mais do que cálculo e resolução de problemas. *Clarifica e ilumina* o mundo. Faz surgir um mundo *completamente diferente*. A inteligência das máquinas produz sobretudo o perigo de o pensamento humano se assemelhar a ela e de se tornar *ele próprio maquinal* (p. 51).

É este o risco que se espera e deseja que os jornalistas e as redações evitem, assumindo as suas capacidades de pensar de forma densa e profunda e atuar criativamente, deixando às máquinas a superficialidade da sua inteligência. Mais pessimista, James Bridle (2019) atira-nos para *A nova idade das trevas*, por considerar que estamos perdidos e confusos diante de um excesso de informação que, paradoxalmente, em vez de nos beneficiar, nos murcha pelo uso abundante de uma linguagem simplista e pobre, em contextos de crescente radicalismo e teorias da conspiração. O seu ceticismo — ou será o seu jeito hábil de nos desafiar para o debate? — é muito evidente quando afirma que não aprendemos a pensar, não obstante a generalizada conexão de todos nós aos mais diversos e vastos repositórios de conhecimento. Pois bem: é perante esta contradição que, em seu entender, gira a nova idade das trevas (Bridle, 2019).

As trevas a que o autor britânico se refere, como ele próprio se encarrega de explicitar, não devem ser entendidas literalmente. Elas têm sobretudo que ver com a aparente incapacidade de as pessoas perceberem claramente o que está em jogo e à disposição de cada uma e de serem capazes de agir

6. Poema: “O vosso tanque, general, é um carro forte”.

de forma consequente e significativa; e, tendo consciência dessas trevas, serem, então, capazes de procurar novas maneiras de observar e ver sob outra luz (Bridle, 2019).

É esta volatilidade do mundo, no dizer de Michael Schudson (2022), que torna a nossa missão mais difícil e exigente. Mais ainda, quando ensaiamos espreitar o futuro do jornalismo, a breve prazo. Quantas profissões ligadas aos média se extinguiram por completo, nas últimas três ou quatro décadas?... Quantas alterações profundas, ao nível organizativo e das rotinas de trabalho, ocorreram nas redações de todo o mundo, devido ao impacto das tecnologias? Que mudanças se estão a verificar neste momento, em consequência da algoritmização da produção e distribuição de conteúdos informativos?

Nunca foi tão escorregadio, com efeito, arriscar previsões. Por outro lado, o esbatimento e diluição de fronteiras ao nível dos assuntos, no sentido em que começa a ser impossível isolar temas — a secção de desporto é também política e tem que ver com o mundo empresarial, e porque as matérias sobre alimentação são também sobre género e sobre perdas ambientais (Schudson, 2022) —, reforçam essa ideia de interligação permanente.

Diante desta crescente complexidade, é desejável e espera-se que a IA constitua um precioso aliado do trabalho jornalístico, o qual, no entanto, continuamos a não vislumbrar sem a ação determinante do ser humano. No dia em que tal deixe de se verificar, o jornalismo terá deixado de ser uma disciplina da área de conhecimento das ciências sociais e humanas, para passar a ser um trabalho e uma profissão do domínio das ciências computacionais.

OS PIORES DIAGNÓSTICOS SÃO OS CONTEMPORÂNEOS

Um pensamento independente é um lugar solitário e ventoso. (...) Escrever é uma maneira de pensar; e esse pensamento tem de ser o mais limpo, o mais livre, o mais rigoroso possível.

Rosa Montero, *A louca da casa*

Na resposta a uma pergunta feita por um dos jovens argelinos — militante da FLN¹ — do grupo com que se encontrou, em dezembro de 1957, em Estocolmo, após ter recebido o Nobel da literatura, Albert Camus disse: “sempre condenei o terror. Devo condenar também um terrorismo praticado de forma cega nas ruas de Argel, por exemplo, e que pode ferir a minha mãe ou a minha família. Eu acredito na justiça, mas defenderei primeiro a minha mãe”². Posteriormente, aquela afirmação seria noticiosamente traduzida na seguinte frase: “Eu acredito na justiça, mas defenderei a minha mãe primeiro”. Rapidamente, a versão que se espalhou e que toda a gente comentava foi esta: “Entre a justiça e a minha mãe, escolho a minha mãe”.

Em Portugal também temos exemplos similares, o mais conhecido dos quais será o famoso editorial de 6/5/1994 de Vicente Jorge Silva, no *Público*, intitulado “Geração rasca?”. O ponto de interrogação é crucial, porque ainda hoje essa frase continua a ser difundida e comentada, como se ela tivesse sido uma afirmação ou acusação

1. Frente de Libertação Nacional. Criado em novembro de 1954, a partir da fusão de várias pequenas formações partidárias, este partido nacionalista argelino integrava a vanguarda revolucionária que dirigiu a luta pela independência.

2. <https://laconnaissanceouverteetsesenemis.blogspot.com/2011/10/lv-albert-camus-aux-etudiants-suedois.htm>

do então diretor do jornal, quando, ao invés, o sentido do texto e do título eram interpeladores como corolário da enunciação de um conjunto de dados e argumentos.

Tal como em Camus a questão central da sua intervenção — o terrorismo e a sua posição sobre ele — passou ao lado da atenção dos média e da opinião pública, também as reflexões de Vicente Jorge Silva foram, erradamente, resumidas num slogan que ainda hoje é amiudadas vezes recordado.

Dir-se-á, para abreviar razões, que a premência para simplificar ou sintetizar ideias é uma necessidade antiga do jornalismo. O que reforça a importância da atenção acerca do rigor com que se deve produzir a informação, a qual, por sua vez, como pensamos ter deixado claro, é frequentemente construída segundo um enorme e indesejável equívoco, que confunde pressa com urgência. Esta implica prioridade, exige critério e um olhar atento e cuidado, se necessário lento; pressa é apenas frenesim por vezes misturado com espanto e sem grande reflexão.

Admitimos, no entanto, que é difícil contrariar algo que se instalou como hegemonia de processos e de atuação, mesmo sabendo que a hipercomunicação e hiperinformação debitadas incessantemente por tanta velocidade e frenesim “não injetam luz na obscuridade” (Han, 2014a, p. 62). Subsistem nessas práticas rotinas e processos há muito sinalizados como pontos críticos da profissão, até agora praticamente impossíveis de debelar.

O que nos ocupou mais espaço e atenção, porém, foram outros tópicos, embora a questão do tempo e a sua ilusória compressão, proporcionada pela tecnologia que acelerou todos os processos relacionados com o exercício do jornalismo, não deixe de ser relevante. Reparem: o *Homo Sapiens* surgiu há cerca de 350 mil anos. Entre o começo da escrita e o aparecimento do papel, como hoje o conhecemos, decorreram mais de sete mil anos. Desde que Gutenberg inventou a imprensa de tipos móveis até ao surgimento da impressão em *offset*, passaram-se em números redondos 500 anos. Da primeira emissão televisiva de Jogos Olímpicos (1936, Berlim) até à primeira emissão de televisão a cores (Estados Unidos, 1954) decorreram menos de 20 anos.

De 1989, ano em que Tim Berners-Lee dá os primeiros passos na criação do que hoje conhecemos pela designação de *World Wide Web* até ao aparecimento da *Web2.0*, em 2002, passaram 13 anos. E daí até ao lançamento da Facebook, em 2004, foram dois anos. Tudo é progressivamente mais rápido. Como pode o jornalismo escapar a esta tendência?

Quer dizer que não podendo travar a velocidade da informação e o ritmo dos seus ciclos, a aposta, para manter válido o pilar da credibilidade em que assenta o seu edifício, terá necessariamente de passar por melhores práticas e mais recursos humanos e tecnológicos. Caso contrário, o jornalismo corre o risco de se diluir em outras formas de comunicação, mas sem a sua responsabilidade social e até a proteção jurídico-constitucional de que goza em muitos países, incluindo Portugal. Porém, como também ficou evidente, as lógicas de gestão dos média e a fragilidade do seu antigo modelo de negócio têm conduzido a sucessivos desinvestimentos nas redações, as quais se confrontam com um curioso paradoxo: exigência de maior produção informativa em consequência do aumento dos ciclos noticiosos e da tecnologia instalada, apesar da diminuição dos recursos humanos.

Isto é particularmente importante, atendendo à complexidade da vida democrática na generalidade das sociedades contemporâneas, em cujo quadro o jornalismo joga um papel determinante, não obstante as fragilidades internas que enfrenta e sofre, no âmbito de um ecossistema comunicacional que tende a diminuir o seu papel e função. Não deixa de ser interessante, a este nível, observar como muitas das preocupações suscitadas pelo debate de há um século entre Dewey e Lippmann continuam atuais, o que reforça a ideia de que a democracia e a teoria democrática do jornalismo constituem obras abertas e em permanente construção. E ainda, como é tão necessário e importante manter acesa a chama que liga e relaciona a instância jornalística com a democracia, como se elas corporizassem um princípio de vasos comunicantes. Onde, as vulnerabilidades de uma são reflexo ou refletem-se nas fragilidades da outra — e vice-versa.

Diante de uma leitura de travo pessimista, ocorre lembrar Umberto Eco, para quem “os piores diagnósticos de cada época são, justamente, os contemporâneos” (2018, p. 36). Aplicando o mesmo raciocínio aos riscos e desvios da democracia, hoje a braços com focos preocupantes de novos autoritarismos e radicalismos de direita, dir-se-á que existe a ideia banalizada de que vivemos uma crise de valores ou uma crise da democracia — quando esta, afinal, como bem assinala Claude Lefort, é um sistema que não para de se questionar a si mesma. É o que defendemos no âmbito das práticas jornalísticas: questioná-las e discuti-las permanentemente, na perspectiva de com isso as podermos sempre melhorar.

Esta atitude de constante vigilância, mas também de abertura e de disponibilidade para o debate deve ser estendida aos diversos graus de ensino e aprendizagem do jornalismo, em que o seu exercício seja discutido e interpretado no plano ideológico do seu posicionamento e das narrativas que constrói. E também, e sobretudo, das opções que faz e das invisibilidades que reiteradamente produz.

A dimensão ideológica dos média e, portanto, do jornalismo constitui um dos aspetos nucleares da nossa posição e cuja defesa assumimos sem a menor ambiguidade ou equívoco. A nossa estranheza, de resto, reside no facto de este ser em regra um assunto que se evita e quando nele se fala é para o colar ao chamado jornalismo ativista. E o(s) outro(s) jornalismo(s)?...

A prática jornalística dá amplo espaço e tempo às questões de ordem política, social e económica, por exemplo, que refletem, pelas vozes e atitudes dos intervenientes, os respetivos posicionamentos ideológicos. E os média e os jornalistas que habitam esse mundo ideologizado e o reconstruem narrativamente, não têm posições nem pensamento próprio, isto é, um modo especial de ver e entender o mundo? Parece-nos evidente que todas as suas construções textuais têm a impressão digital do pensamento que as produziu.

Por outro lado, em contextos onde as discriminações e as desigualdades, lamentavelmente, ainda se impõem nas realidades quotidianas de tanta gente, qual o papel que se espera e deve desempenhar o jornalismo: mero

espetador desinteressado que apenas quer dar conta do que observa ou ator social que intervém, de forma assumida e transparente, contra situações de injustiça e na defesa dos mais vulneráveis? Não é esse, em larga medida, um dos seus lastros de atuação ao longo da História? Isto é, o seu compromisso para com a democracia e o desejável contributo que pode dar para a melhorar e tornar mais saudável?

Todos estes processos implicam opções e escolhas e é através delas que a qualidade do jornalismo se define e a sua missão e responsabilidade social melhor se afirmam. Cenário este que complexifica também o modo de ver e de ajuizar os média populares e a sua relação com as franjas socialmente mais excluídas, na linha das ideias apresentadas num dos capítulos.

No conto, *Los ventos*, publicado na edição eletrónica do *El País* de 1/10/2021³, o escritor Mario Vargas Llosa, conhecido pelas suas posições liberais, questiona-se a certa altura do texto: “em que regime vivemos agora? Impossível sabê-lo, mas de certeza que vivemos na mentira sistemática”. As observações que faz têm por ponto de partida a presença na paisagem urbana de écrans que

dão notícias o dia todo, e que aparentemente representam empresas que defendem ideologias e sistemas diferentes. É isso verdade? (...) os écrans defendem uma só verdade — uma mentira rigorosamente guardada —, que todas estão de acordo na sua base mais secreta, que é defender um sistema no qual governo e empresas estão basicamente de acordo em mentir juntos, simulando umas discrepâncias que, na verdade, são superficiais (Llosa, *El País*, 1/10/2021).

Esta leitura dura e crua de uma sociedade cuja homogeneidade parece ter superado a visão orwelliana que a todos domina e domestica pela omnipresença do olhar e das mensagens dos écrans que nos parecem hipnotizar na paisagem urbana que entretanto ocuparam, corresponde ao mesmo universo mediático onde cabe ao jornalismo ser diverso e assumir a sua

3. <https://letraslibres.com/ficcion/los-vientos/?fbclid=IwAR0nzACnyrA6x6eS6DAIXzj-a3UYvCXL5F-cKxzoMRXqhOWpbnSasys4UNgc>

dimensão crítica. Tal como ele se distingue — deve distinguir — das atitudes irracionais que caracterizam a desregulação das redes sociais, onde tanto comportamento desviante nos suscitou uma aproximação aos *Sonâmbulos* de Broch, também é de esperar da sua parte uma capacidade de afirmação capaz de contribuir para o fortalecimento do “tecido democrático, já tão precarizado” (Bucci, 2021, p. 417). Daí a defesa, reiterada, ao longo destas páginas, de o jornalismo se assumir sem tibiezas nem equívocos como um democrata radical. Enquanto elemento estruturante e constitutivo das sociedades democráticas, desejavelmente plurais e diversas, espera-se do jornalismo a defesa intransigente dos valores e princípios culturais e civilizacionais contemporâneos de que é co-produtor. Longe das erradas equidades que olham e tratam de igual forma o que é desigual, o jornalismo tem o dever ético de combater o discurso de ódio, o racismo e toda a forma de exploração, segregação e xenofobia.

Definitivamente, vivemos tempos de incerteza e de perplexidade. De tal modo, como refere Daniel Innerarity (2019, p.13), que “o horizonte do possível se abriu tanto que os nossos cálculos acerca do futuro são especialmente incertos”. Daí que no atual contexto de incerteza e imprevisibilidade, ocorra perguntar, como Giosuè Carducci, primeiro Nobel italiano da literatura: “quando é que o trabalho será feliz? Quando é que o amor será certo?”.

Agradecimentos

Muitos dos tópicos que constam desta obra foram sendo debatidos nos últimos anos em espaços de aula e em diálogos sempre muito abertos com colegas ligados aos mais diferentes cursos de comunicação e jornalismo. Nesta vontade de discutir incluem-se, evidentemente, vários jornalistas de gerações diferentes para colher, na riqueza das suas palavras, o travo particular das experiências e percursos de cada um(a). A todos, sem individualizar nomes ou hierarquias, agradeço a frontalidade das opiniões trocadas e o interesse pelos temas e pela sua discussão.

Numa fase mais adiantada do processo, diria, com a meta à vista, desafiei um conjunto de colegas de várias universidades e jornalistas a terem a paciência de ler os capítulos que lhes enviei, pedindo, na volta, a inclemência dos seus comentários e que tivessem a bondade de fazer sugestões — o que entendessem dizer acerca do que tinham lido. Às “vítimas” desta tarefa quero deixar o meu maior reconhecimento público pela honestidade intelectual com que lidaram com o meu pedido/desafio e pela minúcia com que olharam para o que estava escrito. As suas opiniões, ideias (até incentivos) e chamadas de atenção foram relevantes para a versão final do trabalho. O meu muito obrigado, pois, à Ana Isabel Costa, António Granado, Diniz Sottomayor, Júlio Roldão, Luís Santos, Miguel Carvalho, Paulo Martins, Pedro Crisóstomo.

Quero agradecer, ainda, à Sofia Gomes, minha companheira, a preciosa colaboração especializada ao nível da revisão bibliográfica e, sobretudo, todo o apoio que não

cabe aqui referir, mas que foi determinante, ao longo do exigente percurso que invariavelmente marca a realização de um projeto desta natureza.

O meu muito obrigado também à Editora LabCom, da Universidade da Beira Interior, na pessoa da sua diretora, Gisela Gonçalves, pela abertura e disponibilidade em acolher este livro numa das suas prestigiadas coleções. Quero ainda deixar um agradecimento especial ao CEIS20, a cujo centro de investigação pertenço, por todo o apoio prestado.

Por último, por ser o mais importante, o meu especial agradecimento ao Joaquim Fidalgo, velho camarada dos jornais, amigo e colega na vida académica, pela sua imediata disponibilidade, sem ter visto uma linha de texto, em aceitar receber este livro para o enriquecer com o seu Prefácio. É um privilégio e constitui, para mim, motivo de desmedida satisfação poder contar aqui com a qualidade e argúcia das suas reflexões, que muito prestigiam e melhoram este livro.

A terminar, os meus agradecimentos aos potenciais leitores e leitoras, com o desejo que encontrem nestas páginas motivos de interesse e pretextos para prolongar o debate que os vários tópicos possam suscitar.

Viva o bom jornalismo e a democracia.

BIBLIOGRAFIA

- Abramo, C. (2002). *O jornalismo e a ética do marceneiro*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Abramo, P. (2016). *Padrões de manipulação na grande imprensa*. São Paulo: Fundação Perseu Abramo.
- Abramson, J. (2019). *Merchants of truth. The business of news and the fight for facts*. NY: Simon & Schuster.
- Abreu, A. A. (2017). Alberto Dines: um jornalista inovador. In Avram Milgram & Fábio Koifman (Org.), *Ensaio em homenagem a Alberto Dines*, pp. 24- 39. Rio de Janeiro: Edições de Janeiro.
- Adorno, T. W. (2020). *Aspetos do novo radicalismo de direita*. Lisboa: Edições 70.
- Aguiar, S. (2016). *Territórios do jornalismo: geografias da mídia local e regional no Brasil*. Rio de Janeiro: Editora PUC-Rio Vozes Editora.
- Albaladejo, J. A. M. & Figueira, J. (2022). Public debate on twitter in the Iberian sphere. In Marta Pérez-Escolar & José M. Noguera-Vivo (edts.), *Hate speech and polarization in participatory society*, pp. 113-129. London: Routledge.
- Albertos, J. L. M. (1997). *El ocaso del periodismo*. Barcelona: Editorial CIMS.
- Alvares, C.; Dahlgreen, P. (2016). Populism, extremism and media: mapping an uncertain terrain. *European Journal of Communication*, v.31, pp. 46-57. Sage Journals.
- Allcott, H., & Gentzkow, M. (2017). Social media and fake news in the 2016 election. *Journal of Economic Perspectives*, 31(2), 211-236.
- Alsina, M. R. (1996). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Alterman, E. (2008, março 31). The death and life of the American newspaper. *The New Yorker*, pp. 48-60.

- Alves, J. A. S. (2015). *A opinião pública em Portugal: da praça pública à revolução (1780-1820)*. Porto: Media XXI.
- Amaral, I., Santos, S. J. (2019). Algoritmos e redes sociais: a propagação de *fake news* na era da pós-verdade. In, João Figueira & Silvio Santos (Orgs.), *As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade*, pp. 63-85. Coimbra: Imprensa da Universidade.
- Anderson, C. W.; Bell, E.; Shirky, C. (2013). Jornalismo pós-industrial: adaptação aos novos tempos. *Revista de Jornalismo ESPM*, v.2, nº 5, pp. 30-89, abr/jun. São Paulo.
- Arendt, H. (1995). *Verdade e política*. Lisboa: Relógio D'Água.
- Asp, K. (2007). "Fairness, Informativeness and scrutiny. The role of news media in democracy". In *Nordicom Review*, pp. 31-49.
- Bagdikian, B. H. (2004). *The new media monopoly*. Boston: Beacon Press.
- Bakir, V., & McStay, A. (2017). Fake news and the economy of emotions: problems, causes, solutions. *Digital Journalism*, 6(2), 154-175. Acessível em: https://www.researchgate.net/publication/318575699_Fake_News_and_The_Economy_of_Emotions_Problems_causes_solutions
- Baudrillard, J. (1996). *O crime perfeito*. Lisboa: Relógio D'Água.
- Bauman, Z. (2001). *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Beauchamp, C. (1987). *Le silence des médias*. Montreal: Les éditions du remue-ménage.
- Beckett, C. (2018). The power of journalism: back to the future of news. In Claire Foster-Gilbert (Edt.), *The power of journalists*. London: Haus Curiosities
- Bell, E. (2014). "Silicon Valley and journalism: makeup or breakup?" Oxford University, Reuters memorial lecture. Acessível em: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/risj-review/emily-bell-silicon-valley-and-journalism-make-or-break>
- Benjamin, W. (1987). *Magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Editora Braziliense.
- Bobbio, N. (1987). *Estado, gobierno, sociedad: por una teoria general de la política*. Barcelona: Plaza & Janés Editores.

- Boczkowski, P. J.; Mitchelstein, E. (2013). *News gap: when the information preferences of the media and the public diverge*. Cambridge: MIT Press.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre a televisão*. Lisboa: Celta.
- Bousquet, F. & Amiel, P. (2021). *La presse quotidienne regional*. Paris: La Découverte.
- Bradshaw, P. (2014). Instantaneidade: efeitos da rede, jornalistas mobile, consumidores ligados e o impacto no consumo, produção e distribuição. João Canavilhas (Org.), *Webjornalismo. 7 Características que marcam a diferença*, p. 111-135. LABCOM. Universidade da Beira Interior.
- Brewer, D. (2018). Imparciality in journalism. *International Journalist's Network*. Acessível em: <https://ijn.net.org/en/story/impartiality-journalism>
- Bridle, J. (2019). *A nova idade das trevas: a tecnologia e o fim do futuro*. S.Paulo: Todavia.
- Broch, H. (2018). *Os sonâmbulos*. Lisboa: Relógio D'Água.
- Bucci, E. (2021). *A superindústria do imaginário. Como o capital transformou o olhar em trabalho e se apropriou de tudo que é visível*. São Paulo: Autêntica.
- Bush, V. (2011). Como podemos pensar. *Revista Latinoamericana de Psicopatologia Fundamental*, V.4 nº 1, pp. 14-32. São Paulo.
- Camus, A. (2001). *Actualidades*. Lisboa: Contexto.
- Camponez, C. (2002). *O jornalismo de proximidade: rituais de comunicação na imprensa regional*. Minerva Coimbra.
- Caminha, P. V. (2021). *Carta do achamento do Brasil*. Lisboa: Guerra & Paz Editores.
- Caño, A. (2022). *Digan la verdade*. Madrid: La Esfera de los libros.
- Cardoso, G. (2014). *Os media na sociedade em rede*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Carey, J. W. (2009). *Communication as culture: essays on media and society*. Revised edition. New York: Routledge.

- Carey, J. W. (1997). The Press, public opinion, and public discourse: on the edge of the postmodern. In Eve Stryker Munson & Catherine A. Warren (eds), *James Carey: a critical reader*, pp. 228-257. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Carey, J. W. (1997). Afterword: The culture in question. In Eve Stryker Munson & Catherine A. Warren (eds), *James Carey: a critical reader*, pp. 308-339. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Castells, M. (2015). *Redes de indignación y esperanza. Los movimientos sociales en la era de internet*. Madrid: Alianza Editorial.
- Cebrián, J. L. (2010). *O pianista no bordel*. Rio de Janeiro: Editora Objetiva.
- Celmer, M. (2014). The solution to the Dewey/Lippmann debate. *The Graduate research journal*, V. 1, 15, pp. 49- 56. USA: Indiana University South Bend.
- Chomsky, N. (2002). *A manipulação dos media: os efeitos extraordinários da propaganda*. Lisboa: Editorial Inquérito.
- Christensen, L. T.; Cornelissen, J. (2015). Organizational transparency as myth and metaphor. *European Journal of Social Theory*, v. 18, nº2. Sage Journals. Acessível em: https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1368431014555256?casa_token=xN6fz_oZHz-sAAAAA%3AJ4cTL4Ny4_BvuNsf_-6vUNd3WVVARhpRS5eKG2eI-ZPh0Q8_jFHqDZvCCgk6xtNOSrP28o3OpcA90
- Cornu, D. (1994). *Journalisme et vérité. Pour une éthique de l'information*. Genève: Labor et Fides.
- Cornu, D. (2015). Da deontologia do jornalismo à ética da informação. In, Ana T. Peixinho, Carlos Camponez, Isabel Vargues & João Figueira (Orgs.), *20 anos de jornalismo contra a indiferença*, pp. 103-145. Coimbra: Imprensa da Universidade.
- Correia, J. C. (1998). *Jornalismo e espaço público*. Covilhã: Universidade da Beira Interior- Estudos em Comunicação.
- Crick, N. (2009). The search for a purveyor of news: the Dewey/Lippmann debate in a internet age. *Critical Studies in Media Communication*, vol. 26, nº 5, pp.480-497. Routledge.

- Crouch, C. (2004). *Post-Democracy*. UK: Polity Press.
- Cunha, I.F., Martins, C. & Cabrera, A. (2022). Presidenciais portuguesas de 2021 e o populismo, *Media & Jornalismo*, Vol. 22, nº40, pp. 179-197. Lisboa: Instituto de Comunicação da Nova — ICNOVA.
- Currah, A. (2009). *What's happening to our news*. Oxford university, Reuters Institute for the study of journalism.
- Daniel, J. (2009). *Com Camus: como aprender a resistir*. Lisboa: Temas e Debates, Círculo de Leitores.
- Davies, N. (2009). *Flat earth news*. London: Random House.
- Debord, G. (1991). *A sociedade do espetáculo*. Lisboa: Mobilis in mobili.
- Debord, G. (1995). *Comentários sobre a sociedade do espetáculo*. Lisboa: Mobilis in mobili.
- Debray, R. (2004). *Introdução à mediologia*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Debray, R. (1994). *O Estado sedutor: as revoluções midiológicas do poder*. Petrópolis: Editora Vozes.
- Defoe, D. (1964). *Diário da peste de Londres*. Lisboa: Editorial Presença.
- Demóstenes (2008). *A oração da coroa*. Lisboa: Sá da Costa Editora.
- Derrida, J. (1996). História da mentira: prolegômenos. *Estudos Avançados*, vol.10, nº27, Maio/Agosto. São Paulo: SCIELO. Acessível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40141996000200002
- Derrida, J. (2001). Above all, no journalists. In, Hent de Vries & Samuel Weber (eds.), *Religion and media*, pp. 56-93. USA: Stanford University Press.
- Derrida, J. (2010). *Memórias de cego: o auto-retrato e outras ruínas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Desmurget, M. (2021). *A fábrica de cretinos digitais*. Lisboa: Contraponto.
- Deuze, M. (2013). Viver como um zumbi na mídia (é o único meio de sobreviver). *MATRIZES*, 7(2), pp. 113-129. São Paulo: Revista do Programa de pós-graduação em Ciências da Comunicação da USP.
- Deuze, M. (2011). Media life. *Media Culture & Society*, 33(1) 137-148. Sage.
- Deuze, M. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology reconsidered. *Journalism*, 6(4), pp. 442-464. UK: Sage.

- Dewey, J. (1927). *The public and its problems*. New York: Henry Holt.
- Dewey, J. (2008). *The school and society*. USA: Southern Illinois University Press.
- Ferency, T. (1996). *L'invention du journalisme en France*. Paris: Petite bibliothèque Payot.
- Dice, M. (2017). *The true story of fake news*. San Diego: The Resistance Manifesto.
- Dijk, T. A. v. (2005). *Discurso, notícia e ideologia: estudos na análise crítica do discurso*. Porto: campo das Letras.
- Eco, U. (1998). *Cinco escritos morais*. Lisboa: Difel.
- Eco, U. (2018). *Aos ombros de gigantes*. Lisboa: Gradiva.
- Eco, U. (2022). *Construir o inimigo*. Lisboa: Gradiva.
- Egypto, L. (2017). O jornalista e o engraxate. In Avram Milgram & Fábio Koifman (Org.), *Ensaio em homenagem a Alberto Dines*, pp. 46- 67. Rio de Janeiro: Edições de Janeiro.
- Emery, E. (1965). *História da imprensa nos Estados Unidos*. Rio de Janeiro: Lido.
- Empoli, G. D. (2022). *Os engenheiros do caos*. São Paulo: Vestígio.
- Erickson, A. (2017). How fake news helped shape the Catalonia independence vote. *Washington Post*, outubro 19.
- Esteves, J. P. (2005). *O espaço público e os media: sobre a comunicação entre normatividade e facticidade*. Lisboa: Colibri.
- Fallows, J. (1996). *Breaking the news — how the media undermine american democracy*. NY: Pantheon Books.
- Ferraris, M. (2019). *Posverdad y otros enigmas*. Madrid: Alianza Editorial.
- Ferro, M. (1994). *Falsificações da história*. Lisboa: Publicações Europa-América.
- Fidalgo, J. (2004). *Em nome do leitor. As colunas do provedor do “Público”*. Coimbra: Minerva.
- Fidalgo, J. (2008). *O jornalista em construção*. Porto Editora.
- Fidalgo, J. (2019). Em trânsito pelas fronteiras do jornalismo. *Comunicação Pública*, vol. 14, nº27. Acessível em: <https://journals.openedition.org/cp/5522>

- Figueira, J. (2015). O triunfo do jornalismo de comunicação ou a erosão de uma profissão em mudança. *Estudos do século XX: comunicação, jornalismo e espaço público na era digital*, v. 15, pp. 57-75. Coimbra: Imprensa da Universidade.
- Figueira, J. (2007). *Os jornais como actores políticos*. Coimbra: Minerva.
- Figueira, J. (2017). O jornalismo no seu labirinto. In Cristiane d'Ávila & Umberto Trigueiros (orgs.), *Comunicação, mídia e saúde*, pp. 181-200. Rio de Janeiro: Iluminati Editora.
- Figueira, J. (2020). Jornalismo regional: dilemas e desafios contemporâneos. In Antonio Hohlfeldt e Cristiane Finger (orgs.) *Interações comunicacionais*, pp.28-41. Porto Alegre: Editora Sulina.
- Figueira, J. (2021). *Tendências na comunicação*. In, Guilherme Carvalho (Org.), *Mídia, opinião pública e sociedade: desafios para uma comunicação em transformação*, pp. 161-204. Curitiba: Editora Intersaberes.
- Figueira, J. (2022). Rodolfo Walsh: o jornalista-militante que “derrotou” Kennedy e a CIA na Baía dos Porcos. *EJM - Estudos em jornalismo e mídia*, v. 19, nº1, jan/jun., pp.141-155. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina. Acessível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/jornalismo/article/view/80371>
- Filho, A. G. (1987). *O segredo da pirâmide (para uma teoria marxista do jornalismo)*. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina.
- Filho, C. M. (2019). Fake news: o buraco é muito mais em baixo. In, João Figueira & Sílvio Santos (Orgs.), *As fake news e a nova ordem (des) informativa na era da pós-verdade*, pp. 17-31. Coimbra: Imprensa da Universidade.
- Fonseca, P. (Edt.) (2021). *I must not tell lies: desinformação e teorias da conspiração*. TicTank. Disponível em: <https://tictank.pt/2021/09/20/i-must-not-tell-lies-desinformacao-e-teorias-da-conspiracao/>
- Forde, K. R., Foss, K. A. (2012). The facts — the color! — the facts. The idea of a report in American print culture, 1885-1910. *Book history*, Vol. 15, pp. 123-151. EUA: The Johns Hopkins University Press.
- Foucault, M. (1994a). *Dits et écrits II: 1970-1975*. Paris: Éditions Gallimard.
- Foucault, M. (1994b). *Dits et écrits II: 1976-1988*. Paris: Éditions Gallimard.

- Foucault, M. (2000). *Un dialogo sobre el poder y otras conversaciones*. Madrid: Alianza Editorial.
- Franklin, B. (2005). "McJournalism. The local press and the McDonaldization thesis". Stuart Allen (Edt.), *Journalism: Critical issues*, pp. 13-150. England: Open University Press, McGraw-Hill Education.
- Fraser, N. (1992). Rethinking the public sphere: a contribution to the critique of actually existing democracy. In, Craig Calhoun (ed.), *Habermas and the public sphere*. Cambridge: MIT Press.
- Furtado, S. D. (2022). O uso de Inteligência Artificial nas redações jornalísticas na guerra contra a corrupção na América Latina. In, João Canavilhas, Catarina Rodrigues, Ricardo Morais & Fábio Giacomelli (Org.), *Mobilidade e Inteligência Artificial. Os novos caminhos do jornalismo*, pp. 421- 444. Covilhã: UBI, LABCOM Comunicação & Artes.
- Galeano, E. (2015). *Ser como ellos y otros artículos*. Madrid: Siglo XXI de España Edidores.
- Garcia, J.L., Matos, J. N. & Silva, P. A. (2021). Jornalismo em estado de emergência: uma análise dos efeitos da pandemia Covid-19 nas relações de emprego dos jornalistas. *Comunicação e Sociedade*, vol. 39, pp. 269-285.
- García-Noblejas, J. J. (1988). Fundamentos para uma iconologia audiovisual. *Comunicação y Sociedad*, vol. 1, nº1.
- Gasset, O. (1989). *A rebelião das massas*. Lisboa: Relógio D'Água.
- Gellhorn, M. (2007). *A face da guerra*. Lisboa: Dom Quixote.
- Giddens, A. (2010). *O mundo na era da globalização*. Lisboa: Presença.
- Gieber, W. (1964) New sis what newspaper man make it. In, Lewis A. Dexter & David M. White, *People, society and mass communications*, pp. 173-180. New York: Free Press.
- Gillmore, D. (2005). *Nós, os media*. Lisboa: Editorial Presença.
- Giroud, F. (2002). *Profissão jornalista. Conversas com Martine de Rabaudy*. Lisboa: Editorial Inquérito.
- Góes, C. (2022). *O jornalismo e a experiência do invisível*. Curitiba: Apris Edidora

- Góes, C. (2021). *Quem somos nós na fila do pão? A fabricação dos invisíveis na história do Brasil*. Aracaju: EDISE.
- Gorbach, J. (2020). The non-jewish jew: Walter Lippman and the pitfalls of journalistic “detachment”. *American Journalism*, Vol. 37, nº 3, pp321-345. Routledge.
- Habermas, J. (1992). *L’espace publique. Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Paris: Éditions Payot.
- Grohmann, R. (2022). Cooperativas de jornalistas na Ibero-América: mapeamento e reflexões metodológicas. *EJM — Estudos em Jornalismo e Mídia*, V. 19, nº2, pp. 25-35. Petrópolis: Universidade Federal de Santa Catarina.
- Guess, A.; Nyhan, B.; Reifler, J. (2018). Selective exposure to misinformation: evidence from the consumption of fake news during the 2016 U.S. presidential campaign. *European Research Council*: <https://about.fb.com/wp-content/uploads/2018/01/fake-news-2016.pdf>
- Hallin, D., & Mancini, P. (2004). *Comparing media systems — three models of media and politics*. UK: Cambridge University Press.
- Han, B-C. (2014a). *A sociedade da transparência*. Lisboa: Relógio D’Água.
- Han, B-C. (2014b). *A sociedade do cansaço*. Lisboa: Relógio D’Água.
- Han, B-C. (2022). *Não-Coisas: transformações no mundo em que vivemos*. Lisboa: Relógio D’Água.
- Hanitzsch, T., Hanusch, F., Ramaprasad, J., & Beer, A. S. de (Edts.) (2019). *Worlds of journalism: journalistic cultures around the globe*. NY: Columbia University Press.
- Herman, E. S. & Chomsky, N. (2002). *Manufacturing consent. The political economy of the mass media*. New York: Pantheon Books.
- Hermida, A.; Domingo, D.; Heinonen, A.; Paulussen, S.; Quandt, T.; Reich, Z.; Singer, J.; Vujnovic, M. (2011). The active recipient: participatory journalism through the lens of Dewey-Lippmann debate. Acessível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/55727961.pdf>
- Hersch, S. M. (2019). *Repórter. Memórias*. São Paulo: Todavia.
- Hindman, M. (2009). *The myth of digital democracy*. New Jersey: Princeton University Press.

- Hudec, V. (1980). *O que é o jornalismo*. Lisboa: Editorial Caminho.
- Ilharco, F. (2003). *Filosofia da informação. Uma introdução à informação como fundação da acção, da comunicação e da decisão*. Lisboa: Universidade Católica Editora.
- Innerarity, D. (2010). *O novo espaço público*. Lisboa: Teorema.
- Innerarity, D. (2016). *A política em tempos de indignação*. Lisboa: D. Quixote.
- Innerarity, D. (2021). *Uma teoria da democracia complexa*. Lisboa: Ideias de Ler.
- Jarvis, J. (2012). Prefácio. In, Mark Briggs, *Entrepreneurial journalism: how to build what's next to news*, pp. XV-XVIII. London: Sage.
- Jarvis, J. (2015). *El fin de los medios de comunicación de masas: cómo serán las noticias del futuro?*. Barcelona: Gestión 2000
- Jeanneney, J-N. (1996). *Uma história da comunicação social*. Lisboa: Terramar.
- Jerónimo, P., Ramos, G. & Torre, L. (2022). *Desertos de Notícias Europa 2022: Relatório de Portugal*. Covilhã: MediaTrust.Lab / LabCom
- Jorge, T. de M. (2013). *Mutação no jornalismo: como a notícia chega à internet*. Brasília: Universidade de Brasília.
- Kant, I. (1989). *Crítica da razão pura* (2ª ed.). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Kapuscinski, R. (2009). *O outro*. Lisboa: Campo das letras.
- Kapuscinski, R. (2008). *Os cínicos não servem para este ofício: conversas sobre o bom jornalismo*. Lisboa: Relógio D'Água.
- Kakutani, M. (2018). *A morte da verdade. A falsidade na era de Trump*. Lisboa: Editorial Presença.
- Karlsson, M. (2010). Rituals of transparency: evaluating news outlet's uses of transparency rituals in the United States, United Kingdom and Sweden. *Journal Studies*, 11 (4), pp. 535-545. Routledge, Taylor & Francis.
- Karlsson, M. (2022). *Transparency and journalism: a critical appraisal of a disruptive norm*. New York: Routledge.

- Karlsson, M. & Clerwall, C. (2018). Transparency to the rescue? Evaluating citizen's views on transparency tools in journalism. *Journalism Studies*, 19 (13), pp. 1923-1933. Routledge.
- Katz, E.; Gurevitch, M; Haas, H. (1973). On the use of mass media for important things. *American Sociological Review*, 38, pp. 164-181. University of Pennsylvania: ScholarlyCommons.
- Keys, R. (2004). *The post-truth era: dishonesty and deception in contemporary life*. NY: St. Martin's Press.
- Khorram-Manesch, A., Burkle, F. M., Goniewicz, K & Robinson, Y. (2021). Estimating the number of civilian casualties in modern armed conflicts — a systematic review. *Frontiers in Public Health*. Acessível em: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpubh.2021.765261/full>
- Klatell, D. (2013). Ética e imprensa. *Revista de Jornalismo ESPM*, abril/junho. São Paulo.
- Kleemans, M., Vettehen, P. H. (2009). Sensationalism in television news: A review. In R.P.Konig, P. W. M. Nielsen & F.J. M. Huysmans (eds.), *Meaningful media: communication research on the social construction of reality*, pp. 226-243. Nijmegen: Tandem Felix.
- Klein, E. (1995). *O tempo*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Knightley, P. (1978). *A primeira vítima: o correspondente de guerra como herói, propagandista e fabricante de mitos, da Crimeia ao Vietnã*. Rio de Janeiro: Editora Nova Fronteira.
- Knightley, P. (2004). *The first casualty: the war correspondent as hero and myth-maker from the Crimea to Irak*. USA: Johns Hopkins University Press.
- Kovach, B., Rosenstiel, T. (2004). *Os elementos do jornalismo*. Porto Editora.
- Kovach, B., Rosenstiel, T. (2010). *Blur. How to know what's true in the age of information overload*. USA: Bloomsburry.
- Krotz, F. (2007). The meta-process of mediatization as a conceptual frame. *Global media and communication*, v. 3, pp. 256-260. Acessível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/17427665070030030103>

- Kucinski, B. (2017). Jornalismo fora do lugar: uma breve reflexão sobre o jornalismo brasileiro. In Avram Milgram & Fábio Koifman (Org.), *Ensaio em homenagem a Alberto Dines*, pp. 40- 67. Rio de Janeiro: Edições de Janeiro.
- Laffond, J. C. R.; Fajardo, E. G.; Moraga, A. L. R. (2015). *Historia de los medios de comunicación*. Madrid: Alianza Editorial.
- Lage, N. (2001). *Ideologia e técnica da notícia*. Brasil: Ufsc-Insular.
- Leguineche, M. (2017). *Yo pondré la Guerra. Cuba:1898, la primera guerra que se invento la prensa*. Barcelona: B.S.A.
- Levitin, D. J. (2016). *Weaponized lies: how to think critically in the post-truth era*. New York: Dutton – Penguin Random House.
- Lévy, P. (2000). *Cibercultura*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Lewandowsky, S., Ecker, U. K., & Cook, J. (2017). Beyond misinformation: understanding and coping with the “post-truth” era. *Journal of applied research in memory and cognition*, 6, pp. 353-369. Disponível em: <https://cssn.org/wp-content/uploads/2020/12/Beyond-Misinformation-Understanding-and-Coping-with-the-Post-Truth-Era-Stephan-Lewandowsky.pdf>
- Lewis, J.; Williams, A.; Franklin, B.; Thomas, J.; Mosdell, N. (2008). The quality and independence of british journalism. Tracking the changes over 20 years. *Cardiff School of journalism, media and cultural studies*. Cardiff university.
- Lippman, W. (1997). *Public Opinion*. NY: Free Press Paperbacks.
- Lippman, W. (1920). *Liberty and the news*. NY: Harcourt, Brace and Howe.
- Lipovetsky, G. (2019). *Agradar e tocar. Ensaio sobre a sociedade da sedução*. Lisboa: Edições 70.
- Lipovetsky, G. (1989). *A era do vazio. Ensaio sobre o individualismo contemporâneo*. Lisboa: Relógio D'Água.
- Lipovetsky, G. (2012). *A sociedade da decepção*. Lisboa: Edições 70.
- Livitsky, S. & Ziblatt, D. (2018). *Como morrem as democracias*. Amadora: Vogais.
- Llosa, M. V. (2012). *A civilização do espetáculo*. Lisboa: Quetzal.

- Lloyd, J.; Toogood, L. (2015). *Journalism and PR: news media and the public relations in the digital age*. London: I. B. Tauris.
- López, G. G. (2001). *Desinformação e os limites da informação*. Lisboa: Folhas & Letras.
- Love, R. (2007). Before Jon Stewart. *Columbia Journalism Review*, 45(6), 33-37.
- Lozano, I. (2020). *Son molinos, no gigantes. Cómo las redes sociales y la desinformación amenazan a nuestra democracia*. Madrid: Ediciones Península.
- Mackie, J. L. (2000). *Ética: la invención de lo bueno y lo malo*. Barcelona: Gedisa.
- Macnamara, J. (2014). *Journalism & PR: unpacking spin, stereotypes & media myths*. NY: Peter Lang.
- Mafesoli, M. (2007). *Le réenchantement du monde. Une éthique pour notre temps*. Paris: La table ronde.
- Manjoo, F. (2008). *True enough: learning to live in a post-fact society*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Marocco, B. (2008). Reportagem de transgressão, um giro no tratamento da fonte jornalística. In, Christa Berger & Beatriz Marocco (Org.), *Ilha do presídio: uma reportagem de ideias*, pp. 33-47. Porto Alegre: Libretos.
- Márquez, G. G. (2000). *O general no seu labirinto*. Rio de Janeiro: Editora Record.
- Márquez, G. G. (2006). *Reportagens políticas*. Rio de Janeiro: Editora Record.
- Márquez, G. G. (2015). Jornalismo: o melhor ofício do mundo. In Gabriel García Márquez, *Eu não venho fazer um discurso*, pp. 111-126. Lisboa: Dom Quixote.
- Marshall, L. (2003). *O jornalismo na era da publicidade*. São Paulo: Summus Editorial.
- Martin, M. (2002). *La presse régionale: des affiches aus grands quotidiens*. Paris: Fayard.
- Marx, K. (2006). *Liberdade de imprensa*. Porto Alegre: L&PM Editores.
- McChesney, R. W. (2000). *Rich media, poor democracy: communication politics in dubious times*. NY: The New Press.

- McChesney, R. W., & Nichols, J. (2010). *The death and life of American journalism*. Philadelphia: Nation Books.
- McChesney, R. (2013). *Digital disconnect: how capitalism is turning the internet against democracy*. NY: New Press.
- McManus, J. H. (2009). The commercialization of news. Karin Wall-Jorgensen e Thomas Hanitzsch (eds.)*The hand book of journalism studies*, pp. 218-233. NY: Routledge.
- McNair, B. (1998). *The sociology of journalism*. London: Arnold.
- McNair, B. (2009). Journalism and democracy. Karin Wall-Jorgensen e Thomas Hanitzsch (eds.)*The hand book of journalism studies*, pp. 237-249. NY: Routledge.
- Merleau-Ponty, M. (1991). *Signos*. São Paulo: Martins Fontes Editora.
- Mesquita, M. (1999). O negócio da informação e a deontologia jornalística. Reflexões sobre os efeitos do mercado no comportamento ético dos jornalistas. In, *Comunicação, ética e mercado*, pp. 43- 60. Lisboa: Universidade Católica Editora.
- Mesquita, M. (2002). Em louvor da santa objectividade. Acessível em: <https://jornalistas.eu/em-louvor-da-santa-objectividade/>
- Mészáros, I. (2002). *Para além do capital*. São Paulo: Boitempo Editorial.
- Michaeli, E. (2016). *The Defender: how the legendary black newspaper changed America*. NY: Mariner books Houghton Mifflin Harcourt.
- Mihailidis, P. & Viotty, S. (2017). Spreadable spectacle in digital culture: Civic expression, fake news, and the role of media literacies in “post-fact” society. *American Behavioral Scientist*, 61(4), 441–454.
- Minc, A. (1994). *O choque dos media*. Lisboa: Quetzal Editores.
- Minc, A. (1995). *A embriaguez democrática*. Lisboa: Difel.
- Miranda, J. M. S. (2018). O papel dos jornalistas na regulação da informação. Caracterização socioprofissional, accountability e modelos de regulação em Portugal e na Europa. Tese de doutoramento. Universidade de Coimbra. Acessível em: <file:///Users/joaofigueira/Downloads/O%20Papel%20dos%20Jornalistas%20na%20Regula%C3%A7%C3%A3o%20da%20Informa%C3%A7%C3%A3o.pdf>

- Moles, A. (ed.) (1975). *La comunicación y los mass media*. Bilbao: Mensajero.
- MontAlverne, C., Badrinathan, S., Arguedas, A. R., Toff, B., Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2022). *The trust gap: how and why news on digital platforms is viewed more sceptically versus news in general*. Reuters Institute for the study of journalism. Acessível em: https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2022-09/MontAlverne_et_al_The_Trust_Gap.pdf
- Moraes, F. (2022). *A pauta é uma arma de combate. Subjetividade, prática reflexiva e posicionamento para superar um jornalismo que desumaniza*. Porto Alegre: Arquipélago editora.
- Moretzsohn, S. (2007). *Pensando contra os fatos. Jornalismo e cotidiano: do senso comum ao senso crítico*. Rio de Janeiro: Editora Revan.
- Mouffe, C. (2019). *Por um populismo de esquerda*. Lisboa: Gradiva.
- Mouk, Y. (2019). *O povo contra a democracia*. Brasil: São Paulo: Companhia das Letras.
- Mucchielli, R. (1979). *A subversão*. Brasil: Mundo Cultural.
- Mudde, C. (2019). *O regresso da ultradireita: da direita radical à direita extremista*. Lisboa: Editorial Presença.
- Murray, D. (2020). *A insanidade das massas. Como a opinião e a histeria envenenam a nossa sociedade*. Porto Salvo: Edições Saída de Emergência.
- Munson, E. S.; Warren, C. A. (eds.) (1997). *James Carey: a critical reader*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Neveu, E. (2005). *Sociologia do jornalismo*. Porto Editora.
- Nichols, J.; McChesney, R. W. (2013). *Dollarocracy. How the money and media election complex is destroying America*. NY: Nation books.
- Nielsen, R. K. (2016). The many crises of western journalism: a comparative analysis of economic crises, professional crises, and crises of confidence. In, Jeffery C. Alexander, Elizabeth B. Breese & María Luengo (eds), *The Crisis of journalism reconsidered: democratic culture, professional codes, digital future*, pp. 77-97. NY: Cambridge University.

- Nyhan, B. & Reifler, J. (2010). When corrections fail: the persistence of political misperceptions. *Political Behaviour*, 32(2), pp. 303-330. Disponível em: https://www.researchgate.net/publication/225336846_When_Corrections_Fail_The_Persistence_of_Political_Misperceptions
- Ogawa, Y. (2021). *A polícia da memória*. Lisboa: Relógio D'Água.
- Örnebring, H., Jönsson, A. M. (2004). Tabloid journalism and the public sphere: a historical perspective on tabloid journalism. *Journalism Studies*, 5:3, pp. 283-295. UK: Routledge.
- Otte, M. (2010). *El crash de la información. Los mecanismos de la desinformación cotidiana*. Barcelona: Editorial Planeta.
- Palma, A. S., Falcão, J., Ba, M., Abaigar, T. (2021). *Dicionário da invisibilidade*. Lisboa: SOS Racismo.
- Pariser, E. (2017). *El filtro burbuja: cómo la red decide lo que leemos y lo que pensamos*. Barcelona: Penguin Random House Grupo Editorial.
- Park, R. E. (2008). A notícia como forma de conhecimento: um capítulo dentro da sociologia do conhecimento. In, Christa Berger & Beatriz Marocco B. (Orgs.), *A era glacial do jornalismo*, pp.51-70. Porto Alegre: Sulina.
- Patterson, T. (2003). “Tendências do jornalismo contemporâneo. Estarão as notícias leves e o jornalismo crítico a enfraquecer a democracia?”. In, *Media & Jornalismo*, nº2, pp. 19-47. Coimbra: Minerva.
- Patterson, T. (2002). Os media como actores políticos. In, *Media Jornalismo e democracia*, pp. 33-43. Lisboa: Livros horizonte.
- Pavlick, J. V. (2014). Ubiquidade: o 7º princípio do jornalismo na era digital. In, João Canavilhas (Org.), *Webjornalismo. 7 Características que marcam a diferença*, p. 159-183. LABCOM. Universidade da Beira Interior.
- Pedro, E. R. (1997). O discurso dos e nos media. In E. Pedro (Org.), *Análise crítica do discurso*, pp. 293-312. Lisboa: Caminho.
- Petrella, R. (1991). “Une même logique inégalitaire sur toute la planète”. *Le Monde diplomatique*, janeiro, pp. 6-7.
- Phillips, A. (2012). Sociability, speed and quality in the changing news environment. *Journalism Practice*, 6 (5-6), pp. 669-679.

- Picard, R. G. (2010). *Value creation and the future of news organizations: why and how journalism must change to remain relevant in the twenty-first century*. Lisboa: Media XXI.
- Pickard, V. (2020). *Democracy without journalism? Confronting the misinformation society*. UK: Oxford University Press.
- Pulitzer, J. (2011). *Sobre el periodismo*. Madrid: Gallo Nero.
- Pericás, L. B. (2010). John Reed e a revolução mexicana. *México insurgente*, pp. 9-26. São Paulo:Boitempo Editorial.
- Pessoa, F. (1966). *Páginas íntimas e de auto-interpretação*. Lisboa: Edições Ática.
- Popkin, J. (1990). *Revolutionary news — the press in France (1789-1799)*. Durham and London: Duke University Press.
- Quental, A. (2009). *Cartas*, volI. Organização de Ana Maria Almeida Martins. Lisboa: Imprensa Nacional-Casa da Moeda.
- Rabinbach, A. (1992). *Human motor. Energy, fatigue, and the origins of modernity*. Los Angeles: University of California Press.
- Ramonet, I. (1991). Mentir. In Gerard de Selys (Dir.), *Mediamensonges*, pp. 55-62. Bruxelles: Editions EPO.
- Ramonet, I. (2003). Jornalismo e as mentiras de estado. *Observatório da imprensa*. Acessível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/primeiras-edicoes/jornalismo-e-as-mentiras-de-estado-2/>
- Rancière, J. (2014). *O ódio à democracia*. São Paulo: Boitempo Editorial.
- Rannard, G. 2017 How fake news plagued 2017. BBC News. 31 december. Disponível em: <http://www.bbc.com/news/world-42487425>
- Rebelo, J. (2006). Os acontecimentos mediáticos como actos de palavra. *IC - Revista Científica de Información y Comunicación*, nº 3, pp. 17-28. Sevilla.
- Reed, J. (2010). *México insurgente*. São Paulo: Boitempo Editorial.
- Reese, S. D. (2001). Understanding the global journalist: a hierarchy-of-influences approach. *Journalism Studies* 2(2), pp. 173-187. UK: Taylor & Francis Online.

- Reich, K. (2011). Diverse communities — Dewey's theory of democracy as a challenge for Foucault, Bourdieu, and Rorty. In, Judith M. Green, Stefan Neubert and Kersten Reich (Ed.), *Pragmatism and diversity. Dewey in the context of late twentieth century debates*, pp. 165-194. NY: Palgrave Macmillan.
- Ressa, M. (2023). *Como fazer frente a um ditador. A luta pelo nosso futuro*. Porto: Ideias de Ler.
- Reston, J. (1968). *Artilharia da imprensa*. Rio de Janeiro: Laudes.
- Ribeiro, A. S. (2018). Prefácio. In, Hermann Broch, *Os sonâmbulos*, pp. 7- 13. Lisboa: Relógio D'Água.
- Ribeiro, V. (2016). *Assessores de imprensa e jornalistas. Perspetiva teórica sobre o pragmatismo das fontes profissionais de informação na indústria de notícias*. Porto: Edições Afrontamento.
- Ricoeur, P. (1991). Événement et sens. *Raisons Pratiques*, nº 2, L'événement en perspective. Paris: Éditions de l'école des hautes études em sciences sociales.
- Riefel, R. (2003). *Sociologia dos media*. Porto Editora.
- Rindova, V. P.; Pollock, T. G.; Hayward, M. L. A. (2006). Celebrity firms: the social constructing of market popularity. *Academy of Management Review*, v. 31, nº 1, pp. 50-71.
- Rodríguez, J. (2014). Introducción. *Albert Londres: obra periodística completa vol.1*, pp. 7-8. Barcelona: ECC Ediciones.
- Romero-Rodríguez, L. M., Casas-Moreno, P., & Caldeiro-Pedreira, M.-C. (2018). Desinformación e info-xicación en las cuartas pantallas. Ignacio Aguaded & Luis M. Romero-Rodríguez (Coords.), *Competencia mediática en medios digitales emergentes*. Salamanca: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, pp. 73-92. Acessível em: https://www.researchgate.net/publication/328881028_Desinformacion_e_Infoxicacion_en_las_cuartas_pantallas
- Rosanvallon, P. (2020). *Le Siècle du Populisme: histoire, théorie, critique*. Paris: Seuil.

- Rosen, J. (1997). "We'll have that conversation": journalism and democracy in the thought of James W. Carey. In Eve S. Munson & Catherine A. Warren (eds.), *James Carey: a critical reader*, pp. 191-206. USA: University of Minnesota Press.
- Rost, A. (2014). Interatividade: definições, estudos e tendências. In, João Canavilhas (Org.), *Webjornalismo. 7 Características que marcam a diferença*, p. 53-88. LABCOM. Universidade da Beira Interior.
- Rubim, A. A. C. (2002). Espetáculo, política e mídia. Acessível em <http://bocc.ufp.pt/pag/rubim-antonio-espetaculo-politica.pdf>
- Rusbridger, A. (2018). *Breaking news. The remaking of journalism and why it matters now*. GB: Canongate Books.
- Sambrook, R. (2012). Delivering trust: impartiality and objectivity in the digital age. *Reuters Institute for the Study of Journalism*. University of Oxford.
- Santos, C. A.; Peixinho, A. T. (2016). Newsletter and the return of epistolarity in digital media. The case of the portuguese online newspaper *Observador*. *Digital Journalism*. Routledge.
- Sartori, G. (2000). *Homo videns. Televisão e pós-pensamento*. Lisboa: Terramar.
- Schaps, A. K., Bruns, A. (2022). Responding to "Fake News": journalistic perceptions of and reactions to a delegitimizing force. *Media and Communication*, vol. 10, n°3, pp. 5-16. Acessível em: [file:///Users/joaofigueira/Downloads/MaC%2010\(3\)%20-%20Responding%20to%20_Fake%20News__%20Journalistic%20Perceptions%20of%20and%20Reactions%20to%20a%20Delegitimising%20Force.pdf](file:///Users/joaofigueira/Downloads/MaC%2010(3)%20-%20Responding%20to%20_Fake%20News__%20Journalistic%20Perceptions%20of%20and%20Reactions%20to%20a%20Delegitimising%20Force.pdf)
- Scheer, L. (1994). *La démocratie virtuelle*. Paris: Flammarion.
- Schils, E. A. (1996). *The torment of secrecy: the background and consequences of american security policies*. Chicago: Elephant Paperbacks.
- Schudson, M. (2022). Journalism gets more and more difficult. *NiemanLab*, Predictions for journalism 2023. Acessível em: <https://www.niemanlab.org/2022/12/journalism-gets-more-and-more-difficult/>
- Schudson, M. (2008). *Why democracies need an unlovable press*. Cambridge: Polity Press.

- Schudson, M. (1978). *Discovering the News: A Social History of American Newspapers*. New York: Basic books.
- Schudson, M. (1997). The Problem of journalism. Eve S. Munson & Catherine A. Warren (edts.), *James Carey: a critical reader*, pp. 86-94. USA: University of Minnesota Press.
- Schudson, M. (2001). The objectivity norm in american journalism, *Journalism*, 2 (2), p.149-170.
- Schudson, M. (2017). Como saber se uma notícia é falsa? *Observatório da Imprensa*. Acessível em: <https://www.observatoriodaimprensa.com.br/educacao-brasileira-da-columbia-journalism-review/como-saber-se-uma-noticia-e-falsa/>
- Schutz, A. (2003). *El problema de la realidad social*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Serrano, P. (2012). *Periodismo canalla: los medios contra la información*. Barcelona: Icaria Editorial.
- Serrano, P. (2009). *Desinformación: cómo los medios ocultan el mundo*. Barcelona: Ediciones Península.
- Siebert, F. S., Peterson, T., Schramm, W. (1963). *Four theories of the press*. USA: University of Illinois Press.
- Silva, E. C. (2015). Crisis, financialization and regulation: the case of media industries in Portugal. *The Political Economy of Communication*, 2(2), pp.47-60.
- Silverman, C. (2016). Lies, dam lies, and viral content: how news websites spread (and debunk) online rumours, unverified claims, and misinformation. Tow Center for Digital Journalism, February. Columbia Journalism School.
- Silverstone, R. (2002). *Por que estudar a mídia?*. São Paulo: Loyola.
- Simmell, G. (1996). A ponte e a porta. *Política & Trabalho*, nº 12, pp. 10-14. Brasil: Universidade Federal da Paraíba (PPGS/UFPb).
- Simões, J. G. (1964). Daniel Defoe, precursor do romance moderno. In, Daniel Defoe, *Diário da peste de Londres*, pp. 5- 13. Lisboa: Editorial Presença.

- Sinclair, U. (2003). *The brass check: a study of american journalism*. USA: University of Illinois.
- Singer, J. B. (2003). Who are this guys?: the online challenge to the notion of journalistic professionalism. *Journalism*, v. 4, nº 2, pp. 139-163. University of London. Acessível em: <https://openaccess.city.ac.uk/id/eprint/3468/6/2003WhoAreGuysJournalismSinger.pdf>
- Skovsgaard, M. (2014). A tabloide mind? Professional values and organizational pressures as explanations of tabloid journalism. *Media, Culture & Society*, vol. 36(2), pp. 200-218. UK: Sage.
- Sodré, M. (2009). *A narração do fato. Notas para uma teoria do acontecimento*. Petrópolis: Editora Vozes.
- Sodré, N. W. (1977). *História da imprensa no Brasil*. Rio de Janeiro: Edições do Graal.
- Southwell, B. G., Thorson, A., & Sheble, I. (Eds.) (2018). *Misinformation and mass audience*. Austin: University of Texas Press.
- Souza, B. R. (2018). A dialética da crise do jornalismo: o sociometabolismo do capital e seus limites estruturais. *Intercom-RBCC*, v. 41, nº2, pp. 55-69. São Paulo.
- Sousa, J. P. (2004). Tobias Peucer: progenitor das teorias do jornalismo. *Estudos em Jornalismo e Mídia*, 1(2), 2º semestre, 31-46.
- Sousa, J. P. (2008). *Uma breve história do jornalismo no Ocidente*. UBI: Biblioteca On-line de Ciências da Comunicação da Universidade da Beira Interior. Acessível em: <http://bocc.ufp.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-breve-do-jornalismo-no-ocidente.pdf>
- Spivak, G. C. (2010). *Pode o subalterno falar?* Belo Horizonte: Universidade Federal de Minas Gerais.
- Sponholz, L. (2009). O que é mesmo um fato? Conceitos e suas consequências para o jornalismo. *Revista Galáxia*, nº 18, pp. 56-69. São Paulo
- Subtil, F., Garcia, J. L., & Leeds-Hurwitz, W. (2022). Media and multiple identities: Robert E. Park as precursor to intercultural communication theory and research. In, M. Steppat & S. Kulich (Eds.), *Historical Intersections of Intercultural Studies: Tracing Genealogies, Trajectories, Diversifications*. Peter Lang.

- Starr, P. (2012). An unexpected crisis: the news media in the post-industrial democracies. *The International Journal of Press Politics*, v. 17, nº2, pp. 234-242. New Jersey: Sage.
- Strömbäck, J.; Orsten, M.; & Aalberg, T. (2008). *Communicating politics: political communication in the Nordic Countries*. Göteborg: Nordicom.
- Sullivan, M. (2020). *Ghosting the news: local journalism and the crisis of American democracy*. NY: Columbia Global Reports.
- Talese, G. (2000). *O rei e o poder. Uma história do New York Times*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Tarde, G. (1991). *A opinião e a multidão*. Lisboa: Publicações Europa-América.
- Tchékhov, A. (2011). *A ilha de Sacalina*. Lisboa: Relógio D'Água.
- Tengarrinha, J. (1989). *História da imprensa periódica portuguesa*. Lisboa: Editorial Caminho.
- Terzani, T. (2015). *O fim é o meu início*. Lisboa: Self.
- Thornton, B. (2000). The moon hoax: debates about ethics in 1835 New York newspapers. *Journal of mass media ethics*, v. 15, nº2, pp.89-100.
- Tirole, J. (2021). Digital dystopia. *American economic review*, vol. 11, nº6, pp. 2007-2048. American Economic Association.
- Todorov, T. (2017). *Os inimigos íntimos da democracia*. Lisboa: Edições 70.
- Traquina, N. (1993). As notícias. In N. Traquina (Org.), *Jornalismo: Questões, Teorias e "Estórias"*, pp. 167-176. Lisboa: Veja.
- Traquina, N. (2000). Jornalismo 2000: o estudo das notícias no fim do século XX. Nelson Traquina (Org.), *Revista de Comunicação e Linguagens*, 27, pp. 15-31. Lisboa: Relógio D'Água.
- Traquina, N. (2002). *Jornalismo*. Lisboa: Quimera.
- Tuchman, G. (1972). Objectivity as strategic ritual: an examination of newsmen's notion of objectivity. *American Journal of Sociology*, vol. 77, nº4, pp. 660-679. USA: University of Chicago Press.
- Tucídides (2008). *História da Guerra do Peloponeso*. Lisboa: Edições Sílabo.
- Umbelino, L. A. (2019). Para acabar de vez com as boas notícias: elogio das pequenas coerências e da justa complexidade. In, João Figueira & Sílvio Santos (Orgs.), *As fake news e a nova ordem (des)informativa na era da pós-verdade*, pp. 167-176. Coimbra: Imprensa da Universidade.

- Urbinati, N. (2019). *Me the People: how populism transforms democracy*. Cambridge: Harvard University Press.
- Usher, N. (2021). *News for the rich, white, and blue*. NY: Columbia University Press.
- Vaca-Baqueiro, M. (2018). *Four theories of the press: 60 years and counting*. NY: Routledge.
- Vaidhyanathan, S. (2011). *The Googlization of everything (and why we should worry)*. Los Angeles: University of California Press.
- Valera, L. (2012). Deliberación 2.0 o radicalización de la retórica partidista? Um análisis de las discusiones políticas en los muros de Facebook de candidatos políticos españoles. *Textual & Visual Media*, 5, pp. 311-340.
- Varela, J. (2011). Periodismo mutante. *Revista Telos*, nº 86. Fundación Telefónica. Disponível em: <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero086/periodismo-mutante/>
- Virieu, F.-H. (1990). *La médiacratie*. Paris: Flammarion.
- Voltaire, (2016). *Traité sur la tolérance*. France: Bibebook.
- Voltmer, K. (2013). *The media in transitional democracies*. Cambridge: Polity Press.
- Vosoughi, S.; Roy, D.; Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. MIT Initiative on the digital economy research brief. Acessível em: <https://ide.mit.edu/wp-content/uploads/2018/12/2017-IDE-Research-Brief-False-News.pdf>
- Zelizer, B., Boczkowski, P. L., Anderson, C. W. (2022). *The journalism manifesto*. Cambridge, UK: Polity Press.
- Zengotita, T. de (2006). *Mediatizados. Como os média moldam o nosso mundo e o modo como vivemos*. Lisboa: Bizâncio.
- Zoonen, L.v. (2012). I-Pistemology: changing truth claims in popular and political culture. *European Journal of Communication*, 27 (1), pp. 56-67. Acessível em: https://www.researchgate.net/publication/254089325_I_Pistemology_Changing_truth_claims_in_popular_and_political_culture
- Zuboff, S. (2020). *A era do capitalismo da vigilância. A disputa por um futuro humano na nova fronteira do poder*. Lisboa: Relógio D' Água.

- Wahl-Jorgensen; Berry, M.; Garcia-Blanco, I.; Bennett, L. & Cable, J. (2017). Rethinking balance and impartiality in journalism? How the BBC attempted and failed to change the paradigm. *Journalism*, 18(7), pp. 781-800. Sage.
- Waisbord, S. (2020). Fake health news in the new regime of truth and (mis)information. *Reciis – Revista Eletrônica de Comunicação, Informação e Inovação em Saúde*, 14(1), pp. 6-11. Rio de Janeiro: Icict. Acessível em: <https://www.reciis.icict.fiocruz.br/index.php/reciis/article/view/1953/2331>
- Wardle, C., & Derakhshan, H. (2017). Information disorder. *Toward an interdisciplinary framework for research and policymaking*. Council of Europe report.
- Wark, M. (2019). *Capital is dead: is this something worse?* : UK: Verso.
- Weber, M. (2000). *A política como profissão*. Lisboa: Edições Universitárias Lusófonas.
- Weinberger, D. (2009) Transparency: the new objectivity. KMWorld. Acessível em: <https://www.kmworld.com/Articles/Column/David-Weinberger/Transparency-the-new-objectivity-55785.aspx>
- Wilterdink, N. (2017). The Dynamics of Inequality and Habitus Formation. Elias, Bourdieu, and the Rise of Nationalist Populism. *Historical Social Research* 42 (4): 22-42.
- Wolf, M. (1994). *Teorias da comunicação*. Lisboa: Editorial Presença.
- Wolton, D. (1999). *Pensar a comunicação*. Lisboa: Difel.
- Wright, C. R. (1975). *Mass communication: a sociological approach*. NY: Random House.
- Wu, S., Tandoc Jr., E. C., & Salmon, C. T. (2019). Journalism reconfigured: assessing human-machine relations and the autonomus power of automation in news production. *Journalism Studies*, vol. 20, nº 10, pp. 1440-1457. Routledge.

João Figueira é Doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de Coimbra, em cuja Faculdade de Letras é professor e onde foi, até dezembro de 2022, diretor do Mestrado em Jornalismo e Comunicação. Investigador integrado no Centro de Estudos Interdisciplinares da Universidade de Coimbra (CEIS20) e investigador associado do Observatório do Populismo do Século XXI, é autor de vasta bibliografia publicada em Portugal, Brasil, Espanha e Reino Unido, nas áreas do Jornalismo e da Comunicação. "Historia dos Media e do Jornalismo", "Democracia, populismos e jornalismo", "Jornalismo e literatura" são áreas do seu interesse de estudo e pesquisa.

Este é o quinto livro que publica sobre jornalismo e aquele onde leva mais longe as suas reflexões acerca dos dilemas e do papel da informação na contemporaneidade. Joaquim Fidalgo, que assina o Prefácio, considera, aliás, que "para uma melhor compreensão do que está em causa no jornalismo hoje, e para uma maior mobilização do esforço coletivo que se impõe no sentido de o melhorar todos os dias, em todas as plataformas, o presente livro de João Figueira é um manancial de preciosos contributos".

Antes de se ter dedicado, em 2006, exclusivamente à vida académica, foi jornalista durante cerca de duas décadas, a maior parte das quais ao serviço do *Diário de Notícias*. Entre os vários prémios e distinções que recebeu, sobressai o Prémio de Reportagem-Imprensa atribuído em 1999, pelo Clube Português de Imprensa.

Editora LabCom

www.labcom.ubi.pt