

Ema Clélia Afonso Baptista

As Rotinas Produtivas da Imprensa e as Fontes de informação

A interinfluência entre as fontes de rotina e os
processos produtivos da redação

Relatório de Estágio de Mestrado em Comunicação e Jornalismo, orientado pela Doutora Rita
Joana Basílio de Simões, apresentado à Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

2013



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Faculdade de Letras

As Rotinas Produtivas da Imprensa e as Fontes de informação

A interinfluência entre as fontes de rotina e os
processos produtivos da redação

Ficha Técnica:

Tipo de trabalho	Relatório de Estágio
Título	As Rotinas Produtivas da Imprensa e as Fontes de Informação: A interinfluência entre as fontes de rotina e os processos produtivos da redação
Autor	Ema Clélia Afonso Baptista
Orientador	Doutora Rita Joana Basílio de Simões
Júri	Presidente: Doutor José Carlos Costa Camponez Vogais: 1. Dr. João José Figueira da Silva 2. Doutora Rita Joana Basílio de Simões
Identificação do Curso	2º Ciclo em Comunicação e Jornalismo
Data da defesa	31-10-2013
Classificação	14 valores



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Sumário

A confrontação entre um conhecimento de fundo teórico e a iniciação a um contexto prático de atuação traduz-se numa aprendizagem. Uma aprendizagem de natureza diversa, que envolve a descoberta do *fazer* em circunstâncias completamente novas. Ao contrário do que se poderia esperar é um processo que envolve muitas dissonâncias, angústias e dúvidas.

Como qualquer dissonância é inconclusiva, a procura do entendimento sobre a sua natureza é um caminho que nos parece necessário. O relatório que aqui apresentamos sobre o estágio compreendido entre Outubro e Dezembro de 2012 na delegação norte do jornal *Diário de Notícias* consiste nessa procura.

Este trabalho parte da nossa vivência pessoal e, portanto, do nosso olhar sobre o modo como se produz a informação nas organizações como o *DN* para cruzar algumas perspectivas teóricas e investigações sobre a produção de notícias em geral. Em particular, procuramos entender as razões por trás de uma produção de notícias extremamente rotinizada, relativamente passiva e assente numa base de conformismo, com a intuição de que tais razões se encontram algures na dinâmica gerada entre as fontes de informação, principalmente as fontes oficiais e as agências de notícias, as rotinas produtivas da redação e a organização jornalística.

Feito este percurso, chegámos à conclusão de que as rotinas produtivas têm uma natureza ambivalente na lógica produtiva atualmente dominante, já que, ao mesmo tempo que constroem o jornalismo e os jornalistas são também uma importante garantia da execução do produto noticioso.

Palavras-chave: jornalismo, rotinas produtivas, fontes de informação, fontes de rotina, fontes oficiais, agências de notícias, jornalismo impresso, jornalismo *online*, teoria organizacional, socialização, aculturação, profissionalismo.

Abstract

The confrontation between theoretical background knowledge and the initiation to a practical context of action translates into learning. This is a different kind of learning, involving the discovery of *how to do* in completely new circumstances. Contrary to what one might expect it is a process that involves many dissonances, anxieties and doubts.

As any dissonance is inconclusive, the search for understanding its nature is a way that seems necessary. The report presented here on the internship between October and December 2012 in the north delegation of *Diário de Notícias* consists of that search.

This work comes from our personal experience and therefore from our look at how information is produced in organizations such as *DN* to cross some theoretical perspectives and research on news production in general. In particular, we seek to understand the reasons behind a highly routinized, relatively passive and based on conformity news production, with the intuition that such reasons are somewhere on the dynamics generated from the information sources, mainly official sources and news agencies, the production routines of the newsroom and the news organization.

Done this route, we reached the conclusion that the production routines have an ambivalent nature in the currently dominant productive logic, since, while constraining journalism and journalists are also an important guarantee of the performance of the news product.

Keywords: journalism, production routines, sources of information, routine sources, official sources, news agencies, print journalism, online journalism, organizational theory, socialization, acculturation, professionalism.

Agradecimentos

À minha orientadora, Doutora Rita Basílio de Simões, pela pronta disponibilidade e atenção.

À minha família, especialmente pais, irmão e avós, pelo apoio e compreensão incondicionais.

Ao “CALO” pela razão da experiência.

Aos meus amigos, que se mantiveram presentes apesar da distância.

Agradeço também à Universidade de Coimbra, particularmente à Faculdade de Letras, onde passei uma das fases mais importantes da minha vida.

A todos os que, direta ou indiretamente, contribuíram para que este trabalho fosse possível.

Obrigada.

Índice

Introdução	1
1. As rotinas produtivas do jornalismo	3
1.1. As fontes de informação	5
1.1.2. As agências de notícias	11
a) Desenvolvimento das agências de notícias no contexto internacional	12
b) Desenvolvimento das agências de notícias em Portugal.....	17
c) A produção jornalística e as agências de notícias	24
- As notícias <i>online</i>	26
2. A distribuição da rede jornalística	33
3. O fator organizacional	39
3.1. A Teoria Organizacional	39
4. Socialização, aculturação e profissionalismo	51
Conclusão	59
Bibliografia	63

Introdução

O presente relatório baseia-se no estágio realizado entre Outubro e Dezembro de 2012 na delegação norte do *Diário de Notícias* e tem como objetivo expor e problematizar aquilo que entendemos como a interinfluência entre as rotinas produtivas da imprensa e as fontes estáveis de informação. Pretendemos também mostrar como esta dinâmica resulta na manutenção do peso e influência das agências de notícias nas rotinas produtivas da redação.

Este trabalho resume-se ao esforço de reflexão crítica motivado pelo sentimento de dissonância entre a prática jornalística experimentada e o conjunto de valores tradicionalmente associados ao jornalismo. Mais concretamente, esta exposição nasce da constatação empírica da relativa passividade da prática jornalística burocratizada. Procuraremos mostrar e criticar a força das rotinas profissionais instaladas na redação, entender como a socialização profissional no contexto das organizações burocratizadas gera o conformismo com essas rotinas e seus constrangimentos no contexto do trabalho.

Começaremos esta exposição com um enquadramento teórico que nos parece ter a abrangência suficiente para esboçar uma delimitação epistemológica das impressões que fomos colhendo ao longo do estágio. Fundamentando-nos nas perspectivas de Mauro Wolf, Jorge Pedro Sousa e Gaye Tuchman, avançaremos um olhar global sobre as rotinas produtivas das organizações jornalísticas, confluindo progressivamente para o domínio específico das fontes jornalísticas. Chegados a este ponto, concentrar-nos-emos na questão da estruturação das fontes, que ocorre necessariamente nas organizações jornalísticas, e na forma como as fontes oficiais e, principalmente, as agências de notícias se destacam como fontes estáveis, para responder às necessidades produtivas da informação.

As agências de notícias serão alvo de uma abordagem mais detalhada, por se tratar de um género de fontes de informação cuja ação se encontra num patamar avançado do processo produtivo e, portanto, cuja influência nas rotinas produtivas da redação é mais determinante. Traçaremos uma perspectiva histórica do desenvolvimento das agências no contexto nacional e internacional, na busca de um conhecimento mais profundo, que permita entender o lugar que hoje ocupam e a forma como operam na “paisagem”

jornalística. Partindo desta perspectiva tentaremos clarificar, por um lado, a forma como as rotinas produtivas do jornalismo determinaram o surgimento e consolidação das agências de notícias na rede noticiosa. Por outro lado, tentaremos mostrar como as rotinas das redações acabaram também por ser influenciadas pela ação mediadora das agências. Lançaremos ainda um olhar sobre a produção de notícias no contexto *online*, sob o prisma da utilização do material de agência, já que a experiência nos mostrou que a dependência da informação de agência é mais significativa na produção para a edição *online*. Para fundamentar a nossa perspectiva sobre a relação entre a produção de notícias e a ação das agências vamos apoiar-nos em algumas das indicações que encontramos nos estudos de Jane Johnston e Susan Forde sobre o problema.

Terminaremos com um olhar sobre a influência das organizações no trabalho jornalístico, sob o prisma da Teoria Organizacional de Warren Breed, tentando explicar processos como a socialização e aculturação do jornalista na redação, bem como a formação de uma ideia partilhada de profissionalismo.

1. As rotinas produtivas do jornalismo

Ao longo das fases de recolha, seleção, elaboração e edição da informação, que compõem a *ação mediadora* dos jornalistas, o trabalho destes profissionais exerce-se no contexto de vários fatores, que formam *uma rede complexa de condicionalismos e constrangimentos de diversos níveis*. (Lopes, 2006:37) Estes condicionalismos envolvem aqueles diretamente ligados à atividade quotidiana na sala de redação e ao jornalista e também os decorrentes dos enquadramentos sociais que influenciam a situação e a ação dos *media* e dos seus profissionais. Os parâmetros da atividade profissional dos jornalistas devem ser compreendidos na confluência destes fatores estruturais e no contexto dos vários condicionalismos. (2006:37) Começaremos por analisar teoricamente o que são as rotinas produtivas de uma redação. A partir desse conceito, especificaremos alguns condicionalismos que lhes estão associados e que sentimos com maior intensidade durante o estágio.

Jorge Pedro Sousa define as rotinas produtivas de uma forma genérica:

Podemos considerar que rotinas são os processos convencionalizados e algo mecanicistas de produção de alguma coisa que, sem excluir que determinadas pessoas tenham rotinas próprias ou que a cultura e o meio social afetem essa produção, me parece obedecerem essencialmente a fatores socio-organizacionais. [...] No jornalismo, podem ser consideradas como respostas práticas às necessidades das organizações noticiosas e dos jornalistas. (1999:26)

Para Sousa, no contexto dos processos de fabrico da informação jornalística, as rotinas produtivas, enquanto padrões comportamentais estabelecidos, consistem nos procedimentos que asseguram aos jornalistas, constrangidos pela pressão do tempo, um fluxo constante e seguro de notícias e uma rápida transformação do acontecimento em notícia. Podemos considerar que as rotinas fazem a síntese possível entre a natureza imprevisível das notícias e a necessidade que os profissionais têm de controlar seu o trabalho.

Tal como nota o autor, estes “*meios para a consecução de um fim*” estão hoje institucionalizados nas redações e desfrutam de uma vida e legitimidade próprias. (1999:26) Embora Jorge Pedro Sousa seja da opinião que o fenómeno da valorização

das rotinas nas redações é hoje atenuado pelas necessidades de diferença e criatividade dos órgãos de comunicação, o autor concorda com a perspectiva de Daniel Hallin de que, ao longo do tempo, os jornalistas foram aceitando as estruturas burocratizadas da sala de redação e as correspondentes rotinas profissionais. (1999:27) No nosso entender, mesmo aceitando a possibilidade de se criar algo verdadeiramente *diferente e criativo* em órgãos de informação burocratizados, esses critérios de *diferença e criatividade* de que nos fala o autor nasceriam e teriam que ser compreendidos dentro das rotinas pré-existentes. Assim, também eles acabariam por ser um produto dessas rotinas e, potencialmente, gerar novas rotinas. De tal forma que, numa organização burocratizada, nos parece impossível a um jornalista escapar às rotinas do órgão de comunicação em que trabalha.

Para nós, aquilo que de mais importante se pôde reter dos três meses que passámos na delegação norte do *Diário de Notícias (DN)* é a percepção das rotinas produtivas instaladas na redação. É esse *conhecimento empírico* que aqui destacamos, já que se mostrou fundamental para a adaptação àquele ambiente produtivo, permitindo-nos definir o nosso papel entre os funcionários e desempenhar de forma eficaz e relativamente autónoma as tarefas que nos couberam. Assim, as principais competências apreendidas durante o estágio foram certamente a consciência das rotinas produtivas da imprensa diária e o “*saber fazer*” de uma redação.

A produção informativa quotidiana compõe-se de três fases: recolha, seleção e apresentação. Como explica Mauro Wolf, as rotinas produtivas atravessam todo este processo. (1987:193) Mas é especialmente na fase de recolha que se faz sentir o aspeto das rotinas que mais interessa a este trabalho: as fontes. Seguindo a linha de raciocínio do autor, analisaremos em primeiro lugar os aspetos gerais da fase de recolha para depois nos concentrarmos na questão das fontes.

A observação de Wolf acerca das rotinas presentes na fase de seleção reveste-se de particular atualidade: se antes eram os jornalistas a procurar as notícias, agora são as notícias que procuram os jornalistas. (1987:194) O autor refere-o a propósito do jornalismo televisivo, sustentando que é o mais passivo e dependente das fontes institucionais. No entanto, parece-nos que hoje tal observação pode ser generalizada à maioria dos *media*, inclusive à imprensa, que parece ter caído numa passividade e

dependência semelhantes. A constatação de Wolf traduz sumariamente a principal inquietação que sentimos durante o estágio.

A forma como se processa a recolha da matéria-prima na redação entra em dissonância com a ideologia profissional que descreve o jornalista como um “*ativo recolhedor de informações*”, “*orientado para o exterior*” e “*independente das fontes*”. (Wolf, 1987:194) Ao refletir sobre o nosso papel dentro da redação e sobre os papéis dos outros funcionários, tornou-se-nos bastante claro que os jornalistas são, na verdade, extremamente dependentes das fontes e relativamente passivos na obtenção de notícias. Jorge Pedro Sousa destaca as rotinas produtivas como o elemento mais visível do trabalho jornalístico e desconstrói o mito da intuição para a notícia ou do “faro” jornalístico. A compreensão de tais rotinas mostra que o trabalho dos jornalistas não depende tanto de talentos inexplicáveis, mas que está relacionado, acima de tudo, com “*procedimentos rotineiros, convencionais e mais ou menos estandardizados de fabrico da informação de atualidade.*” (Sousa, 1999:27)

A recolha de matéria-prima é uma etapa fundamental da produção jornalística mas, na prática, a escolha do jornalista está relativamente limitada. Ela é limitada porque as organizações jornalísticas desenvolvem e cultivam uma estrutura de fontes, que acaba por se impor como necessária na sua qualidade de *estrutura*. Durante o estágio no *DN* constatámos a ação desta estrutura. O seu peso, a forma como delimita o trabalho de cada jornalista e o seu papel na definição das rotinas produtivas da redação são questões que tentaremos clarificar. Nela destacamos as chamadas “fontes de rotina” e, principalmente, as agências de informação.

1.1.As fontes de informação

Antes de qualquer consideração sobre as fontes de informação jornalística, impõe-se uma diferenciação metodológica entre as fontes *propriamente ditas* e as agências de informação. A distinção é decisiva e baseia-se no facto de as agências serem empresas especializadas, inerentes ao sistema da informação, que já executam um trabalho de confeção. Ao fornecer “*unidades-notícia*”, as agências atingem uma fase avançada do processo produtivo. Pelo contrário, as outras fontes estáveis pertencem sobretudo à instituição de que são a expressão e não se dedicam de forma necessariamente exclusiva à produção de informação. (Wolf, 1987:197)

Uma das definições que Mauro Wolf oferece em *Teorias da Comunicação* pertence a Gans e descreve as fontes de informação como “*as pessoas que o jornalista observa ou entrevista [...] e que fornecem apenas informações enquanto membros ou representantes de grupos (organizados ou não) de utilidade pública ou de outros setores da sociedade*”. (1987:197)

Fontes centrais, territoriais e fontes de base são categorias individualizadas não só pela localização espacial mas também pelo tipo de utilização que delas se faz relativamente ao relevo e à noticiabilidade dos acontecimentos. Para Wolf não se trata de um processo linear, mas antes de um processo circular, complicado por posteriores efeitos circulares de retorno. (1987:198)

É significativo que durante os três meses em que trabalhámos no *DN* tenhamos contactado com uma fonte alternativa às fontes estáveis uma única vez. Na redação do *DN* as fontes imprescindíveis são as agências de notícias. É de entre os textos que vão chegando das agências, consultadas a todo o instante, que se vão selecionando as notícias.¹ Depois das agências, as fontes mais utilizadas são as oficiais, no nosso caso as polícias e os bombeiros, já que as notícias com que lidámos versavam, na sua maioria, sobre acidentes e crimes. O contacto com estas fontes fez-se quer através dos comunicados de imprensa enviados pelas organizações aos jornalistas, quer por contactos feitos por nossa iniciativa no sentido de obter esclarecimentos ou informações adicionais àquelas veiculadas pelas agências e pelos comunicados de imprensa. No que diz respeito às notícias sobre casos em tribunal, não houve a necessidade de fazer contactos por conta própria, já que a informação que chegava da *Lusa* era muito completa e estava em constante atualização. Contactámos também com os assessores de imprensa e relações públicas de outras organizações, como por exemplo o Hospital de Braga, a Câmara Municipal de Vila Franca de Xira e o consulado português em Ajax.

A exceção é a reportagem intitulada “Os segredos dos Clérigos que se querem revelados”, publicada no dia 23 de Dezembro de 2012. Este trabalho foi-nos proposto pelo nosso editor, com a indicação de que lhe seria reservado um espaço maior dentro do jornal e com uma *deadline* mais extensa do que o habitual, já que os trabalhos feitos até então para a edição impressa do jornal se destinavam à publicação no dia seguinte.

¹ Esta referência às agências serve apenas, por enquanto, para explicar em traços gerais a nossa perceção da hierarquia de fontes instituída na redação do *DN*. A especificidade das agências será abordada em pormenor mais à frente.

Esta reportagem, que veio a ocupar uma página da secção “cidades”, revelou-se um trabalho muito menos passivo do que os anteriores e relativamente independente. O envolvimento neste trabalho foi mais intenso. Tivemos acesso privilegiado a uma parte *ainda* desconhecida daquele edifício, fechada ao público, e acreditamos ter estado tão “por dentro” do assunto quanto nos foi possível. Entendemos que assumimos o controlo sobre o nosso trabalho. O facto de termos saído da redação e *estado* nos locais sobre os quais escrevemos reforçou o sentimento de que o trabalho nos pertence efetivamente – o sentido de *autoria*. Ao contrário dos outros trabalhos, em que agimos como operários numa linha de montagem, comparamos metaforicamente esta reportagem ao trabalho de um artesão, já que envolveu mais investigação e permitiu uma abordagem mais autónoma, em que escolhemos o nosso ângulo e explorámos mais o nosso estilo de escrita.

Neste trabalho também recorremos a uma das fontes de rotina do *DN* para assuntos eclesiásticos, o padre Américo Aguiar. Mas além desta, também retivemos elementos importantes da conversa que fomos mantendo com o funcionário que nos acompanhou durante o périplo fotográfico pelos espaços reservados do monumento. Salvo esta exceção, lidámos apenas com fontes oficiais e agências de notícias.

Como dissemos atrás, as fontes de informação não podem ser consideradas em pé de igualdade umas com as outras. Elas comportam diferenças de natureza, relevância e acessibilidade, que podem ser compreendidas pelo prisma das necessidades produtivas e dos procedimentos organizativos. Como salienta Wolf, essas exigências influenciam a forma como os órgãos de informação estabelecem e organizam a sua rede de fontes. (1987:198) Para o autor, isto traduz-se numa “*distorção*” da estrutura das fontes dos órgãos informativos. Prossequindo a sua explicação, no que tem a ver com a oportunidade e conveniência dos jornalistas em utilizar determinadas fontes, o autor destaca alguns fatores objetivados para a eficiência, entendendo-se esta última em relação com a “*necessidade de concluir um produto informativo dentro de um prazo de tempo fixo e intransponível e com meios limitados à disposição.*” (1987:199)

A “*oportunidade antecipadamente revelada*” por uma fonte é um desses fatores, já que as fontes que noutras ocasiões forneceram materiais credíveis têm mais probabilidades de continuar a ser utilizadas e de se transformar em fontes regulares. (1987:199)

É pela sua “*produtividade*” que se compreende a prevalência das fontes institucionais. Como explica o autor, elas fornecem os materiais suficientes para elaborar a notícia, poupando as organizações à consulta de demasiadas fontes para obter os elementos necessários. Além disso, ao limitar o número de fontes a consultar também minimizam custos e evitam prazos dilatados aos órgãos de informação, respondendo simultaneamente a duas importantes exigências, como são a rentabilização do tempo e dos recursos financeiros. (1987:199)

A “*credibilidade*” das fontes tem também uma grande influência, como explica Wolf. Para os jornalistas as fontes devem ser tão credíveis que exijam o mínimo controlo possível sobre a informação que veiculam. O recurso a fontes alternativas ou não confirmadas implica para o jornalista um trabalho mais moroso de verificação, com base no cruzamento de pelo menos duas fontes. Pelo contrário, quando um jornalista atribui explicitamente a informação a uma única fonte, transfere para ela o ónus da credibilidade. Assim se compreende que, no contexto dos processos de produção da informação, as fontes estáveis e institucionais tenham vindo a assumir uma “*credibilidade*” adquirida com o tempo e rotinizada. (1987:200)

De acordo com Mauro Wolf, quando a credibilidade da estória não pode ser rapidamente confirmada, o jornalista procura basear-se na credibilidade da fonte ou, como refere o autor, na sua honestidade. Mas para que tal seja possível, é necessário que essa fonte tenha aos olhos do jornalista uma “*garantia*” de credibilidade. Tanto os jornalistas quanto as organizações podem avaliar ao longo do tempo as fontes que contactam frequentemente, para atribuir-lhes essa garantia, o que explica a preferência pelas fontes estáveis. A cooperação e cordialidade mostradas pelas fontes também são referidas como contributos para a preferência de umas fontes relativamente a outras. De igual forma, as fontes investidas de autoridade formal dão aos jornalistas maior garantia de credibilidade. (1987:200)

Por último, Wolf destaca o fator “*respeitabilidade*”, referindo-se aos procedimentos dos jornalistas, que privilegiam a referência a fontes oficiais ou que ocupam posições institucionais de autoridade. De acordo com o autor, para além da sua presumível credibilidade, no que tem a ver com valores/notícia como a “*importância*”, a “*integralidade*” ou o “*equilíbrio*” estas fontes são, para todos os efeitos, necessárias. (1987:200)

Mauro Wolf cita uma pesquisa de *newsmaking* feita por Fishman, que realça o carácter burocrático daquilo a que os repórteres se expõem no seu trabalho. Os terminais de rotina da recolha de informação resumem-se aos “*organismos e grupos formalmente constituídos. Quer se trate de associações de moradores, ou de agências federais, o repórter confia-se a uma estrutura de atividades e de informações já constituída e sistematicamente organizada.*” (Fishman, 1980 apud Wolf, 1987:202)

A partir dos fatores apresentado por Mauro Wolf, percebe-se facilmente como os critérios que subjazem à estruturação da rede de fontes dos órgãos de informação afastam os jornalistas das fontes alternativas, sistematicamente descuradas e sub-representadas. Esta “distorção” da estrutura de fontes, entre outros efeitos das rotinas produtivas, determina uma distorção da própria informação que, mesmo que não seja notada em sentido estrito, acaba por sobressair em sentido lato. Mas, tal como nos é explicado, esta distorção não resulta necessariamente de determinações ideológicas ou de manipulações conscientes, mas de um emaranhado de causas inter-relacionadas, que o próprio autor tem dificuldade em distinguir.

Como explica Wolf, as deformações relativas às fontes são reforçadas pelas deformações provocadas pelos valores/notícia, pela aprendizagem e socialização profissionais, e pela organização do trabalho. Os outros meios de comunicação que os jornalistas consomem podem ser entendidos como fontes igualmente importantes, o que acaba por desencadear um “*mecanismo de reforço*”, em que uns meios de comunicação assumem os elementos presentes na agenda dos outros, garantindo “*um acordo geral, difundido e aproximativo acerca da seleção das notícias*”. (1987:203) Para além desta reflexividade da agenda, o autor refere que esta prática contribui para a formação de modelos e abordagens da produção informativa que tendem para a homogeneidade. (1987:203) Por tudo isto entendemos que as rotinas são a chave para a compreensão da estrutura e uso efetivo das fontes pelos jornalistas e seus superiores.

A conclusão que Wolf retira das pesquisas sobre os modelos produtivos da informação é paradigmática:

[...] *os meios como as fontes conseguem o acesso aos jornalistas, as considerações relativas às fontes e as relações entre os repórteres e as suas fontes, são elementos que se apoiam reciprocamente na criação de um modelo cumulativo através do qual os jornalistas são, repetidamente, postos em*

contacto com um número limitado de fontes sempre do mesmo tipo (Gans apud Wolf, 1987:204)

A socióloga Gaye Tuchman (1978), com vasta bibliografia sobre a investigação dos processos produtivos no interior das redações, oferece alguns contributos importantes nesta matéria. No contexto dos estudos sobre a produção de notícias, a autora abordou, em finais dos anos setenta, a tendência para a centralização da recolha de notícias, que cedo se começou a afirmar nos jornais, desde o século XIX, e que se foi desenvolvendo e consolidando ao longo do tempo. Isto porque a centralização se revelou o processo mais eficaz de otimizar a recolha de notícias, respondendo às necessidades produtivas de um jornalismo de informação e atualidade, orientado para as massas. Tal como a autora demonstra, o aparecimento das agências de notícias representa a sua expressão máxima. Outro dos aspetos a que Gaye Tuchman faz referência, que permite compreender o protagonismo das fontes centralizadas e o rápido desenvolvimento das agências de informação, é a relação entre a centralização da recolha de notícias e o carácter comercial dos jornais.

Tal como mostra Tuchman, a tendência dos jornalistas para privilegiar fontes centralizadas de informação foi-se instituindo naturalmente nas suas rotinas produtivas, desde que a produção jornalística se começou a assumir como uma produção de massas:

[...] a competição por itens adequados à narrativa aumentou. Na busca do sensacional, os jornalistas deixaram a redação para procurar as notícias na cidade. Ao contrário do chefe da estação do correio e do capitão do porto, eles não podiam ficar dependentes de que as notícias chegassem até si, especialmente porque publicavam diariamente e não semanalmente. Mas os jornalistas não dispersavam pela cidade de forma aleatória ou arbitraria. Em vez disso, havia vários locais lógicos onde era expectável que pudessem ocorrer estórias, tais como esquadras de polícia e tribunais centrais a tratar crimes que pudessem excitar as massas urbanas. Aí, os repórteres poderiam esperar saber sistematicamente de ocorrências que pudessem encaixar e assim definir a conceção emergente das notícias populares.² (1978:18)

² Tradução livre da autora. No original “[...] competition for items suitable for storytelling increased. Seeking the sensational reporters left the office to find news in the city. Unlike the postmaster and harbor master, they could not depend upon news coming to them, especially because they published daily, not weekly. But the news reporters did not disperse through the city in either a random or an arbitrary manner. Rather, there were several logical locations

A autora prossegue:

*A importância dos locais sistemáticos pode ser traçada através da história subsequente das notícias nos Estados Unidos. O ímpeto social dos primeiros sensacionalistas na viragem do século XX foi alimentado pelos relatos dos acontecimentos nos tribunais. Igualmente importante, a localização de uma fonte central de informação facilita o afazer jornalístico contemporâneo.*³ (1978:18)

Além da questão funcional, a autora avança também uma interpretação socioeconómica deste processo, descrevendo a relação entre o processo de centralização das fontes e a massificação do jornalismo, em estreita ligação com a entrada em cena da publicidade:

*A concorrência acrescida pelas receitas de publicidade, atingidas graças ao aumento da circulação, levou os meios de comunicação a desenvolver fontes centralizadas de informação, como cordões umbilicais que ligam a redação às suas fontes de sustento.*⁴ (1978:19)

Assim, para a socióloga, esta crescente centralização, enquanto método para obter o máximo de informação possível com o mínimo investimento possível, culminou no desenvolvimento das agências de notícias.

1.1.2. Agências de informação

Sabemos que a estrutura de fontes da maioria dos órgãos de comunicação apresenta deformações, como a preponderância das fontes de rotina. Sobre as fontes oficiais já se avançou alguma informação relevante. Cabe agora abordar o caso especialmente sensível das agências de notícias, cuja particularidade epistemológica justifica uma abordagem mais ampla.

where stories might be expected to occur, such as central police stations and courts processing crimes that might titillate the urban masses. There, reporters might hope to learn systematically of occurrences that could be shaped to fit and thus to define the emerging conception of popular news." (1978:18)

³ Tradução livre da autora. No original "The importance of systematic location can be traced through the subsequent history of news in the United States. The social impetus of early muckrakers at the turn of the twentieth century was nurtured by seines of reporting the happenings at night court. Equally important, the location of a central source of information facilitates contemporary newswork." (1978:18)

⁴ Tradução livre da autora. No original "Increased competition for advertising revenues attained by building circulation led the news media to develop centralized sources of information much like umbilical cords connecting the newsroom to its sources of sustenance." (1978:19)

a) Desenvolvimento das agências de notícias no contexto internacional

Em *Uma história breve do jornalismo no ocidente* (2008), Jorge Pedro Sousa oferece uma descrição histórica do aparecimento e evolução das agências de notícias europeias e norte-americanas, cujo contexto nos permite compreender melhor estas organizações. É essa descrição que a seguir apresentamos, tendo por base o trabalho de Sousa (2008).

As primeiras organizações dedicadas à produção de notícias e outras informações para venda aos órgãos jornalísticos e outras entidades interessadas surgiram na Europa, durante o século XIX. Para Sousa, este foi um período particularmente propício do ponto de vista jornalístico, empresarial, social e tecnológico. (2008:128)

São vários os fatores apontados pelo autor como estando na origem do aparecimento das agências de notícias. Os jornais, que cresceram em volume, precisavam de notícias em variedade e em quantidade para satisfazer um público mais vasto. Além disso, o mundo estava em rápida mudança e, por isso mesmo, a gerar uma grande quantidade de notícias potenciais para recolher, processar e disseminar. O aumento das tiragens, resultado das vendas e publicidade lucrativas e do aparecimento de novos dispositivos tecnológicos, proporcionou aos jornais, que possuíam uma rede de captura insuficiente, as receitas necessárias para pagar a fornecedores externos de informação. Por sua vez, os novos meios de comunicação e de transporte facilitavam tanto a recolha e difusão das informações como a propagação dos jornais para áreas cada vez mais extensas, o que fazia aumentar os lucros. Públicos diversificados e dispersos por grandes áreas geográficas exigiam também um volume considerável de notícias diversificadas, que os jornais já não conseguiam gerar sozinhos. A melhoria dos meios de impressão fez subir os padrões da qualidade gráfica das publicações, o que fez aumentar as tiragens, os lucros e, conseqüentemente, a necessidade de notícias. A percepção do jornalismo enquanto negócio levou à diversificação da imprensa como tática empresarial para alargar o mercado da informação a todos os cidadãos, e uma imprensa diversificada exigia um grande volume de notícias variadas, o que favoreceu o negócio do fabrico e fornecimento de notícias à imprensa. (Sousa, 2008:128)

A primeira agência de notícias mundial foi fundada em Paris, em 1835, por Charles – Louis Havas. Trata-se da *Agência Havas*. Começou com pombos-correios e em 1845 adotou o telégrafo. (Moreira, 2011:4) Seguiram-se-lhe a alemã *Wolff*, fundada por Bernhard Wolff, e a britânica *Reuters*, fundada por Paul Julius Reuter. As três agências

desempenhariam um papel de complementaridade na cobertura mundial de notícias até à ascensão do Nazismo na Alemanha e foram, durante o século XIX, as líderes na difusão de notícias. (Moreira, 2011:6)

Tal como refere Sousa, as três agências distanciaram-se da *party press* e iniciaram uma “[...] *renovação estilística nos meios, reforçando-se a linha que preconizava a clareza, a brevidade, a precisão e a simplicidade da linguagem.*” (2008:129) Assim começaram a emergir os métodos objetivos.

Apesar do início difícil que quase todas enfrentaram, as agências acabariam por controlar quase em exclusivo os fluxos de notícias internacionais. (Sousa, 2008:129) As três começaram por traduzir notícias da imprensa estrangeira para vender aos órgãos jornalísticos e outras partes interessadas nos respetivos países. Depois começaram a produzir notícias de cariz económico para a imprensa, para a banca e para os grandes industriais. A grande procura de notícias por parte da imprensa, bem como dos governos, empresas e bancos, levou as agências a alargar a produção às informações generalistas. Estas três agências vieram a assumir uma posição privilegiada no mercado, em resultado do seu pioneirismo, do rigor da informação produzida e da dependência que a imprensa e os governos mantinham, mantendo-se sempre à frente da concorrência que entretanto foi surgindo. (Sousa, 2008:130)

Em 1848 aparece a primeira agência norte-americana, a *Associated Press (AP)*, formada por seis diários de Nova Iorque. De acordo com Moreira, é à *AP* que se deve a substituição da narrativa cronológica pela técnica da pirâmide invertida para a construção das notícias, motivada pela necessidade de objetividade frente às várias visões políticas e pela dificuldade de transmissão da mensagem. A *AP* viria também a bater as concorrentes nacionais que entretanto foram surgindo e a impor-se como a principal agência norte-americana. (Moreira, 2011:8; Sousa, 2008:131)

Em Itália a história das agências de notícias começa em 1853, quando Guglielmo Stefani funda a *Agenzia the Stefani*. Esta organização cobria as notícias de Turim e tinha subscritores e correspondentes nos outros estados italianos. Stefani formou uma aliança com *Havas* para as notícias internacionais.

As três grandes agências europeias, que já controlavam os respetivos mercados internos, iniciaram uma política de alianças para facilitar a exploração do mercado externo. O

primeiro acordo de intercâmbio de notícias financeiras e económicas foi feito em 1856, ao qual se seguiu um segundo acordo, firmado em 1859, que repartia a cobertura da Europa entre as três e estabelecia uma conjugação de esforços no que respeitava aos outros continentes. Como afirma Sousa, isto deixava já antever a intenção que as três tinham de se tornar organizações mundiais de produção e difusão de notícias. (2008:130)

Em 1866 surge o primeiro cabo submarino que liga a Europa à América e as agências europeias estabelecem laços com a *New York Associated Press*, iniciando uma política de expansão mundial. É também nesta década que o jornalista espanhol Nile Maria Fabra transforma o seu serviço de correspondentes em Madrid numa agência de notícias, a agência *Fabra*. (Moreira, 2011:10)

Em 1868 surge outra agência no Reino Unido, a *Press Association*, fundada pelos jornais diários regionais. O seu objetivo era oferecer uma alternativa mais precisa e confiável às companhias telegráficas e providenciar cobertura jornalística rápida e eficaz a todos os seus membros. Através da cooperação esta agência conseguiu agrupar 27 jornais nacionais e regionais e elaborar um serviço jornalístico sediado em Londres, com correspondentes nas principais cidades do Reino Unido. De acordo com Moreira, esta agência visava a informação e não o lucro: “*A Press Association baseia-se no princípio de cooperação e nunca pode ser utilizada para lucro individual ou tornar-se exclusiva no seu carácter.*” (Shrivastava, 2007 *apud* Moreira, 2011:11)

Durante a década de setenta as agências transformaram-se em sociedades anónimas, conseguindo um grande afluxo financeiro, distribuíram correspondentes pelas cidades importantes em todo o mundo e seguiram uma política de concentração que absorveu outras agências mais pequenas. Como exemplos, Sousa aponta a *Fabra* e a *Stefani*, obrigadas a cooperar com as três grandes agências europeias para sobreviver. (2008:131) Estas últimas vieram a tornar-se de facto em organizações mundiais oligopólicas, cobrindo cada uma delas uma respetiva zona do globo.

Em 1874 foi estabelecido um cabo submarino entre a Europa e o Brasil, o que deu origem a novos acordos em torno do acesso ao mercado sul-americano. Por exemplo, a *New York Associated Press* garantiu, nos Estados Unidos, uma relação exclusiva com as agências europeias, comprometendo-se a não atuar nos mercados europeu e sul-americano. A *Havas*, a *Reuters* e a *South American Press* também firmaram um acordo,

que viria a ser redefinido com o fracasso económico da última, o que veio permitir à *Havas*, que já detinha a cobertura dos países latinos, o monopólio da cobertura do espaço latino-americano até à chegada das agências americanas. (2008:132) As agências de notícias continuaram a expandir-se pela Europa até ao final do século XIX. Em 1894 é fundada na Suíça a *Agência Telegráfica da Suíça*. (Moreira, 2011:11)

No final do século XIX a *Reuters*, a *Havas* e a *Wolff*, em articulação com as agências nacionais mais pequenas, controlavam um sistema global de fluxos de notícias, traçado pelas três em conjunto. Cada agência nacional enviava em exclusivo à grande agência com que estava coligada as informações sobre o respetivo país e recebia em troca, também em exclusivo, os conteúdos da sua associada. Em consequência destas alianças, as pequenas agências nacionais coligadas com as internacionais acabaram também por se assumir nos seus países como as principais fornecedoras de notícias para os órgãos jornalísticos. (Sousa, 2008:132)

A partir de 1875 a aliança começou a sofrer os primeiros abalos. Os governos começaram a envolver-se no processo de recolha e difusão de notícias por parte das agências, através de métodos como a soberania direta, o controlo, a atribuição de tarifas para a utilização de instalações de comunicação do estado, intervenção no conteúdo das notícias e subsídios ou financiamentos diretos às agências, evidentes ou encobertos. (Shrivastava, 2007 *apud* Moreira, 2011:12) As agências acabariam por ceder à influência dos governos e por se por, antes de mais, ao serviço dos respetivos estados em detrimento dos interesses da aliança. A concorrência de outras agências e os acordos entre jornais (que queriam diferenciar-se no mercado) começaram também a minar o controlo dos fluxos de informação mantido pelas três grandes. Mas a sua preponderância informativa internacional foi decisivamente abalada com a censura telegráfica aplicada pelos governos nacionais. (Sousa, 2008:133)

A *New York Associated Press* acabaria por sucumbir face à forte concorrência que foi surgindo e faliu em 1893. As agências europeias, que com ela mantinham acordo, voltaram-se então para a *Associated Press of Illinois*, que se transferiu para Nova Iorque em 1900 sob a designação de *Associated Press (AP)*. (2008:134)

Já no século XX, a aliança das três agências europeias continuava em dificuldades. Em 1902 a *AP* começou a abrir sucursais na Europa, seguindo-se-lhe a *United Press (UP)*, fundada em 1907, e a *International News Service (INS)*, fundada em 1909. As agências

norte-americanas fizeram sentir a sua forte concorrência, desde logo porque o seu descomprometimento face aos governos europeus as apresentava como uma alternativa às agências europeias. Além de darem mais exclusivos jornalísticos, também ofereciam conteúdos mais “leves” e notícias de interesse humano, géneros de estórias que as europeias não produziam. (Sousa, 2008:252)

A intervenção dos governos nas agências generalizou-se sobretudo depois de 1910 e durante a Primeira Guerra Mundial. Recorrendo a um dos exemplos usados por Moreira, durante o conflito, a *Reuters* concordou em difundir notícias oficiais sobre as tropas aliadas para os países neutros, em troca de subsídios do governo para a transmissão de telegramas. As notícias tornaram-se então numa ferramenta de propaganda política. (2011:13) Quanto à *Havas* e à *Wolff*, a sua postura não foi muito diferente, tornando-se também em agentes de propaganda dos respetivos estados. Fruto deste comprometimento com os governos de Paris, Londres e Berlim, as três agências europeias viriam a perder durante a Primeira Guerra Mundial muita da credibilidade que até então conquistaram. (Moreira, 2011:13)

A “Tripla Aliança” acabou por se romper, mas foi criada em 1918 a Rede Aliada de Notícias, que juntava a *Havas*, a *Reuters*, a *Associated Press* e outras vinte e seis agências nacionais, às quais se veio a juntar a partir de 1924 a agência soviética *Rosta*, que passaria a chamar-se *Tass* no ano seguinte. (Sousa, 2008:253)

A ascensão dos totalitarismos na Itália, Alemanha e Espanha, a crise económica dos anos Trinta e as tensões antes da Segunda Guerra Mundial vieram agudizar as tendências que já existiam no sistema internacional de informação, com as três agências europeias a acentuar ainda mais as ligações aos respetivos estados e o seu pendor propagandístico. A Rede Aliada desfez-se quando a antiga agência *Wolff*, entretanto sob o domínio do governo Nazi e com a designação de *DNB*, exigiu liberdade de ação no Extremo Oriente e o controlo da cobertura da Polónia e da Checoslováquia. (2008:254)

O aparecimento da telegrafia sem fios e de impressoras capazes de decodificar impulsos elétricos, nos finais da década de 1920, não só potenciou e agilizou a atividade das agências existentes como permitiu o aparecimento das novas agências radiotelegráficas. Mas a Segunda Guerra Mundial continuou a estreitar a ligação entre os governos beligerantes e as agências, que cederam ainda mais à propaganda. Em consequência, várias agências foram nacionalizadas no pós-guerra. Jorge Pedro Sousa

dá como exemplos a *Havas*, que então passou a chamar-se *Agence France Press (AFP)*; a *DNB*, que passou a *DPA* e a *Stefani*, que mudou para *ANSA*. Quanto à *Reuters* e às agências americanas, continuaram na esfera privada. Paralelamente apareceram novas agências privadas em alguns países europeus. É o caso da *Agência de Notícias e Informações*, que surgiu em 1947 em Portugal. Noutros países surgiram organizações resultantes da cooperação de órgãos jornalísticos livremente associados, como a *APA* na Áustria, e agências participadas ao mesmo tempo pelo Estado e por privados, como a *Anatolia* na Turquia e, hoje, a agência *Lusa*. Na esfera da União Soviética, o domínio pertencia à agência estatal *Tass*. (2008:254)

Assim se desenhou um sistema internacional de fluxos noticiosos dominado por seis grandes agências: *AP*, *UP*, *INS*, *Reuter*, *AFP* e *Tass*. Em 1955 a *UP* e a *INS* fundiram-se, formando a *United Press International (UPI)*. Mas no final do século XX já só a *Reuter*, a *AP* e a *AFP* se mantinham no controlo dos fluxos internacionais de notícias. A *UPI* abandonou a cobertura internacional depois de entrar em crise económica e a *Tass* (ou *Inter-Tass*, a partir de 1992) restringiu-se à cobertura do espaço russo e russófono após o colapso da União Soviética. (2008:255, 256)

De acordo com a síntese de Jorge Pedro Sousa, no final do século XX a *Reuter*, a *AP* e a *AFP* dominavam o panorama internacional, aliadas a várias agências nacionais, como a portuguesa *Lusa*. Ao mesmo tempo, fruto das alianças com as grandes agências, consolidava-se o protagonismo interno das agências nacionais de cada país, o que também aconteceu com a *Lusa* em Portugal. (2008:256)

b) Desenvolvimento das agências de notícias em Portugal

A colaboração entre as agências de notícias e os jornais portugueses começou a desenvolver-se tardiamente, tendo em conta os contextos europeu e norte-americano. O primeiro passo nesse sentido foi dado em 1866, quando o *Diário de Notícias* publicou pela primeira vez em Portugal uma notícia feita com a colaboração de uma agência de notícias, a *Havas*. Foi o início de uma colaboração entre o *Diário de Notícias* e a agência francesa, que duraria até 1926, altura em que caiu a Primeira República e ascendeu a ditadura. Finda a parceria com a *Havas*, entraram no panorama jornalístico português a *Reuters*, a *AP* e a *UPI*. (Moreira, 2011:30)

A primeira organização próxima de uma agência de notícias portuguesa, a *Agência Lusitânia*, só viria a surgir em 1944, pela mão do jornalista Luís Lupi. Trata-se de uma organização privada que acabou por falhar alguns dos objetivos do fundador, dedicando-se mais à propaganda do Estado Novo nas colónias do que ao jornalismo enquanto atividade independente. Dificilmente esta situação poderia ser evitada já que, na prática, era o financiamento do Ministério das Colónias que sustentava a agência. Moreira chama por isso a atenção para a controvérsia em torno da classificação desta organização como agência de notícias. (2011:32) Pouco depois, Dutra Faria, redator-chefe do *Diário de Notícias*, Barradas de Oliveira e Marques Gastão criam a *Agência Nacional de Notícias (ANI)*, também ligada ao Estado e votada à propaganda mas, segundo Moreira, mais digna de ser vista como uma agência de notícias. (2011:34) Embora a *ANI* se tenha mostrado mais forte, as duas agências mantiveram-se em situação de concorrência até 1974.

O fim do Estado Novo determinou a extinção da *Lusitânia*, a 18 de Novembro de 1974, e da *ANI*, em Setembro do ano seguinte. Para romper de vez com qualquer vínculo ao regime anterior, o novo governo criou uma nova agência de notícias, a *ANOP (Agência de Notícias Portuguesa)*, que iniciou funções em 1975. Era uma empresa pública, empenhada em romper com o carácter faccioso e fascista das duas agências anteriores. (2011:38) Tinha à sua responsabilidade a recolha e tratamento rigorosos de notícias, bem como a sua difusão para os meios de comunicação nacionais e internacionais. (Silva, 2002:18; Moreira, 2011:38) Da sua orgânica faziam parte um conselho de gerência, nomeado pelo Conselho de Ministros, e uma comissão de fiscalização, bem como um Diretor de Informação, cuja nomeação dependia de parecer favorável do Conselho de Redação. (Silva, 2002:18; Moreira, 2011:39) A agência mantinha-se principalmente com os lucros provindos dos clientes e subscritores e, em menor medida, com subsídios e participações do Estado. Começou a cobertura jornalística em 1978, com delegações no Porto, Coimbra, Guarda, Évora, Faro, Ponta Delgada e Funchal. Além destas tinha ainda correspondentes em Aveiro, Beja, Braga, Bragança, Castelo Branco, Coimbra, Évora, Faro, Guarda, Portalegre, Porto, Leiria, Santarém, Setúbal, Viana do Castelo, Viseu, Vila Real e nos Açores. A rede da *ANOP* chegaria à Madeira em 1980. A partir desta altura a agência expandiu-se também internacionalmente, com delegações em Bissau, Maputo, Cidade da Praia, Bruxelas e

Madrid, e com correspondentes nas principais capitais do mundo. (Silva, 2002:19; Moreira, 2011:40)

No que diz respeito ao peso do jornalismo de agência nos órgãos de comunicação portugueses, a descrição feita por Sónia Silva permite-nos comparar a dinâmica jornalística de então à situação atual. Segundo os dados expostos pela autora, já naquela época mais de 60% dos conteúdos dos meios de comunicação eram constituídos por notícias da *ANOP*, o que fazia desta agência a principal fonte de informação dos órgãos jornalísticos portugueses. Para explicar esta situação, a autora faz referência à insuficiência das redações e à sua fraca capacidade de investigação. Silva cita também alguns jornalistas da época em referência aos problemas humanos, técnicos e económicos dos jornais portugueses, que dificultavam uma cobertura jornalística de âmbito nacional, admitindo mesmo que iam buscar à *ANOP* cerca de 90% dos textos que eram publicados e que, à exceção dos grandes acontecimentos, aos quais os jornais enviavam os seus próprios jornalistas, era a *ANOP* que fazia a informação em Portugal. (2002:20) Então, a imprensa tornou-se dependente da *ANOP*, e esta transformou-se num poderoso definidor da agenda jornalística.

A partir de 1980 os lucros da *ANOP* entraram em queda e no ano seguinte a empresa mergulhou definitivamente na instabilidade financeira. Como a maioria dos investimentos da agência eram suportados pelo Estado, o governo de Francisco Pinto Balsemão decidiu extinguir a *ANOP* em 1982 e apoiar a criação de uma nova agência de base cooperativista. (Silva, 2002:22; Moreira, 2011:42)

Apesar da posição do governo, que suspendeu o financiamento que mantinha a agência, a *ANOP* não chegou a ser extinta, já que o presidente da república Ramalho Eanes não promulgou o Decreto Governamental de extinção. Assim, a *ANOP* coexistiu durante muito tempo com a nova agência criada, após vários avanços e recuos, a 1 de Novembro de 1982, chamada *Notícias de Portugal (NP)*. A *NP* era financiada com dinheiros públicos, mediante um protocolo que estabelecia a prestação de serviços noticiosos ao Estado. Surge como uma agência cujo objetivo assenta, de acordo com os Estatutos, na “prestação de serviços de informação noticiosa, através da recolha e difusão de material informativo, nomeadamente de notícias e imagens para utilização nos meios de comunicação social nacionais e estrangeiros”. (Silva, 2002:28) Os Estatutos também asseguram a salvaguarda da independência jornalística, determinando uma

atuação “*isenta de influência e considerações de natureza ideológica, política e econômica que comprometam o seu rigor e a objetividade.*” (Silva, 2002:28)

A orgânica da *NP* consistia numa assembleia geral, presidida pela *Rádiodifusão Portuguesa*, com o *Diário de Coimbra* como vice-presidente e a *Rádiatelevisão Portuguesa* como tesoureiro; uma direção e um conselho fiscal. (Silva, 2002:28; Moreira, 2011:45)

Os jornalistas da *ANOP*, que mostravam resiliência e mantinham a agência em funções apesar da indefinição em que se encontrava e das grandes dificuldades financeiras e operacionais, sofreriam um novo abalo com um despedimento coletivo. Silva resume a situação:

Se tentarmos realizar uma caracterização da ANOP nesta fase, consideramos poder afirmar que se encontrava, simultaneamente, falida, em vias de extinção, sobrevivendo e em concorrência direta com a agência NP. (2002:32)

Em 1983, o governo de Mário Soares toma uma posição e questiona a coexistência das agências, ambas dependentes de subsídios do Estado. Assim, pôs em negociação a fusão das duas agências, mas a proposta foi inviabilizada pela discordância da *NP*. Na ausência de acordo, o governo teve que assumir a coexistência das duas agências e em 1984 determinou que passaria a repartir entre ambas o capital que até 1982 era investido na *ANOP*. A *ANOP* foi alvo de uma reestruturação, com vista à autossuficiência, e de um plano de saneamento financeiro. Apesar dos problemas financeiros que as duas agências continuaram a enfrentar, em 1985 ambas investiram na informatização das redações, um processo necessário apesar de tudo. (Moreira, 2011:47)

As três partes, governo, *ANOP* e *NP*, acabariam por concordar, em Agosto de 1986, com a fusão que, a 28 de Novembro do mesmo ano, deu origem à *Agência Lusa de Informação*, como uma “*cooperativa de utilidade pública, de responsabilidade limitada*”. (Silva, 2002:37) O protocolo assinado em Agosto salvaguarda a autonomia económica e financeira da agência:

[...] *assegurada por uma estrutura de capital próprio e de receitas, de modo a salvaguardar a sua independência perante o Governo, a administração e os*

demais poderes públicos, não podendo agir sob controlo, influência ou pressão de qualquer grupo ideológico, económico ou político". (Silva, 2002:37)

Como mostra Silva a partir da Resolução de Conselho de Ministros que formalizou a *Lusa*, o objetivo da nova agência consiste na “*prestação de serviços de informação através da recolha, tratamento e difusão de material noticioso e de interesse informativo, mediante remuneração livremente convencionada*.” (2002:37) A resolução determina ainda que cabe à *Lusa* a cobertura nacional e regional do país, incluindo as regiões autónomas, os acontecimentos relacionados com a Comunidade Económica Europeia, com os países de língua oficial portuguesa e outras áreas de interesse para o país. (2002:37) Conforme avança a autora, os corpos sociais da *Lusa* são constituídos por uma assembleia geral dos membros da cooperativa, que inclui representantes do Estado; uma direção, que determina o diretor de informação da agência e por um conselho fiscal. Foi também criado um conselho geral, composto por associações empresariais e por representantes de classes profissionais, como os jornalistas e demais trabalhadores da agência, e de comunidades como o conselho das comunidades portuguesas ou das regiões autónomas. (2002:38)

Tratava-se então de uma cooperativa de interesse público, que reunia o Estado e os órgãos de comunicação social. (2002:38) Mas a comunidade jornalística, particularmente o Sindicato dos Jornalistas, considerava que um modelo em que o Estado detinha metade do capital da agência não assegurava a sua independência. Como observa Sónia Silva, a *Lusa* revelou-se ela própria uma solução controversa. (2002:39)

Os primeiros anos de funcionamento da agência revelar-se-iam conturbados, devido a divergências internas, o que motivou a substituição da direção e uma reestruturação da redação em 1988. Mas o período que se segue é de crescimento e expansão internacional. Sediada em Benfica, a agência tem delegações no Porto, Coimbra, Faro, Guarda, Évora, Ponta Delgada e Funchal, bem como correspondentes em todas as capitais de distrito. A cobertura estende-se à África de expressão portuguesa, com delegações em Maputo, Bissau, Luanda, Cidade da Praia e São Tomé e Príncipe; à África do Norte, através de uma delegação em Rabat e à Ásia, com uma “Desk-Asia-Pacífico” em Macau. Na Europa, possui uma delegação em Bruxelas e uma rede de correspondentes permanentes espalhados pelas principais capitais. No total, a *Lusa* conta já com mais de 250 jornalistas, a fornecer conteúdos aos órgãos de comunicação

social, nas secções “nacional”, “internacional”, “economia”, “comunidades e regiões” e “desporto”, 24 horas por dia. (Silva, 2002:40)

De acordo com a investigação de Silva, já em 1988 cerca de metade das notícias nacionais e perto da totalidade das notícias internacionais usadas pela comunicação social portuguesa eram produzidas pela *Agência Lusa*. O mesmo protagonismo se verificava enquanto difusora de notícias sobre Portugal, sobre os PALOP e sobre as comunidades portuguesas espalhadas pelo mundo, para a imprensa estrangeira. O facto de ser a única agência de notícias de âmbito nacional, a difundir uma média de quatrocentas notícias diárias, em conjugação com a fragilidade financeira dos órgãos de comunicação social nacionais explica este crescimento. (2002:41)

O crescimento não abrandou nos anos seguintes, refletindo-se no aumento da qualidade e quantidade do serviço prestado. A agência alargou a rede de delegações e correspondentes e subiu o número de clientes. Ciente das novas condições mediáticas, em 1993 faz uma nova aposta na modernização editorial e tecnológica. A adoção do satélite para a receção e transmissão de notícias, em lugar da ultrapassada rede telegráfica, veio permitir uma maior rapidez de difusão, uma seleção de notícias mais direcionada para os objetivos dos clientes e uma comunicação mais segura. Em 1995 introduz a Internet nos processos de difusão, experimentando aquela que viria a ser a tendência do jornalismo: a atualização constante dos noticiários. Em 1997 adota um processo de difusão integralmente digital. (Silva, 2002:41)

Apesar da qualidade e eficiência atingidas, todo este investimento acabou por afetar as finanças da agência, que foi acumulando prejuízos e acabou por entrar em falência técnica em 1997. (2002:42) Para sanear financeiramente a empresa, o governo transformou a cooperativa de interesse público numa sociedade anónima (*LUSA – Agência de Notícias de Portugal, S.A.*), detida maioritariamente por capitais públicos. Tal como determina o artigo 3º dos Estatutos:

[...] a sociedade tem por objeto a atividade de agência noticiosa, competindo-lhe assegurar uma informação factual, isenta, rigorosa e digna de confiança, prestando os seguintes serviços: recolha de material noticioso ou de interesse informativo e seu tratamento para difusão; divulgação do material recolhido, mediante remuneração livremente convencionada, para utilização de órgãos de comunicação social nacionais e estrangeiros ou de quaisquer outros utentes

individuais ou coletivos, institucionais ou empresariais que o desejem; prestação ao Estado português, ao abrigo de um contrato específico, plurianual, de serviços da sua especialidade que assegurem o cumprimento das obrigações do Estado no âmbito do serviço de interesse público relativo à informação dos cidadãos. (Silva, 2002:43)

Atualmente a *Lusa* possui uma rede de delegações e correspondentes que se estende por todo o território nacional, abrangendo todas as capitais de distrito, pelos PALOP, Timor, Macau, Pequim, Madrid e Bruxelas. Possui também correspondentes em Berlim, Londres, Paris, Roma, Moscovo, Washington, Brasília, Joanesburgo, Rabat e Jacarta, distribuindo os conteúdos aos clientes em tempo real, 24 horas por dia. (Silva, 2002:43) No ano 2000 a agência contava com cerca de 200 jornalistas e 80 colaboradores, metade dos quais se concentrava na sede, em Lisboa, espalhando-se a outra metade pelo resto do país e pelo estrangeiro. O seu alcance é ainda reforçado pela manutenção de uma troca de informações com outras agências internacionais. Os clientes da *Lusa* continuam a ser os meios de comunicação social portugueses (jornais, rádios e televisões) de âmbito nacional e regional, a imprensa estrangeira especializada, bem como instituições financeiras, organismos e instituições públicas e privadas e clientes individuais, num total de mil clientes. (Silva, 2002:43; Moreira, 2011)

Voltando à perspectiva de Gaye Tuchman, a analogia com a teia de aranha, usada pela autora, é ilustrativa da disposição das agências de notícias na paisagem da cobertura jornalística. Para Tuchman, cada agência de notícias é como uma teia de aranha, que se desdobra a partir de um escritório central para se conectar com as delegações e redações e também para reunir vários *media* jornalísticos numa localização central. Cada *medium* associado, com as suas próprias subscrições de agências e delegações, pode ser visto como uma teia de aranha mais pequena, espalhando-se a partir de um escritório central. Juntas, todas estas redes pretendem “cobrir o mundo” para alimentar a fome de notícias. (1978:20)

Então, em simultâneo com a centralização dos canais de recolha de informação, os órgãos de comunicação e as agências de notícias, em conjunto e interação, foram tecendo uma rede mundial, que representa o estado da arte da centralização da

informação para a otimização do trabalho jornalístico. Daqui resultou uma estrutura produtiva extremamente complexa.

c) A produção jornalística e as agências de notícias

Para se compreender a influência das agências de notícias nas rotinas produtivas das redações devemos compreendê-las como o resultado de um processo que se veio a desenvolver desde o início do jornalismo moderno, para responder às necessidades criadas pela própria atividade. Portanto as agências de notícias são, em certa medida, um resultado das exigências produtivas do jornalismo e dos procedimentos rotineiros dos jornalistas.

Por outro lado, à medida que as agências de notícias foram controlando os fluxos da informação e se introduziram nos ciclos produtivos dos seus clientes (os órgãos de informação signatários) estes foram moldando as suas rotinas produtivas à ação mediadora das agências. Nesta perspectiva as agências podem ser vistas como uma das causas que determinam a configuração das rotinas produtivas tal como elas são hoje.

Como temos vindo a sublinhar, as redações tornaram-se passivas e dependentes. A integração do jornalismo de agência na produção jornalística dos órgãos de informação regulares e o impacto que essa integração teve nas rotinas produtivas das redações vieram extremar esta tendência. Foi um preço que as grandes organizações jornalísticas aceitaram pagar em nome da eficiência.

Para a maioria dos órgãos de comunicação, as grandes agências de notícias são a fonte mais notável dos materiais noticiáveis. São as protagonistas do processo de mediação que separa as redações dos jornais do *movimento do real*. São autênticos “cordões umbilicais” como lhes chama Tuchman (1978).

Gaye Tuchman põe em evidência a posição chave das agências enquanto *feeders* dos *media*. A autora refere o papel dos “*day book*” ou “agendas diárias”, fornecidas pelas agências aos subscritores e *media* associados, que listam diariamente o que é suposto acontecer nas cidades para que os *media* possam decidir quando devem cobrir eles próprios uma ocorrência e quando devem usar os tópicos de agência. Mas verdadeiramente decisiva é a prática observada pela investigadora em algumas redações de rádio e televisão, designada como “*rip and read*” e que consiste em inserir

diretamente os textos das agências de notícias, sem alterações, no noticiário final.⁵ (1978:20)

Na sua análise da fase de recolha dos materiais informativos Mauro Wolf fala de um mecanismo de seleção circular, em que os canais de recolha do material estão já estruturados em função das avaliações de noticiabilidade, acabando por realçar e reforçar os critérios de relevância. A este propósito, Wolf também refere a questão da utilização direta dos textos de agência. O autor sintetiza o problema que aqui se levanta ao focar a integração de procedimentos de recolha e de valores-notícia, a interdependência entre as fases de recolha e de estruturação do material:

Os dois processos funcionam simultaneamente, dado que a recolha se verifica, sobretudo, através de fontes estáveis que tendem a fornecer material informativo já facilmente inserível nos procedimentos produtivos normais da redação. O exemplo mais frequente é a escolha dos despachos de agência e a sua publicação como notícia, apenas com algumas modificações superficiais, estilísticas, ou acompanhadas de algum suporte visual. Desta forma, a estruturação da peça e o “corte da notícia” são, em larga medida, pré-determinados na fase de recolha, e o jornalista limita-se a uma função de ajustamento marginal. (1987:195)

Como lembra o autor, os próprios critérios que regulam a redação das peças de agência pressupõem a possibilidade de uma utilização imediata do texto de agência em forma de notícia, desde logo porque esses critérios são os jornalísticos. (1987:205) Mas para alguém alheio aos processos produtivos das redações, isto pode não ser imediatamente perceptível.

Nas rotinas produtivas do *DN*, mais do que a preponderância das fontes oficiais que já referimos, destacamos acima de tudo a dependência da redação relativamente às agências de notícias. Estas ocupam o topo da hierarquia na estrutura de fontes instituída no jornal, de tal forma que as notícias cuja origem não esteja direta ou indiretamente ligada às agências serão certamente em número residual.

⁵ “Conhecida como ‘arrancar e ler’, a prática consiste em ‘arrancar’ uma cópia da United Press International ou um telétipo da Associated Press (que vomita as estórias num rolo contínuo de papel) e ‘ler’, sem alterações, no ar.” (1978:20) Tradução livre da autora. No original “Called ‘rip and read’, the practice is to ‘rip’ copy off the United Press International or Associated Press teletype (which spew stories onto a continuous reel of paper) and to ‘read’ it, without changes, on the air.” (1978:20)

Para assegurar o “alimento” à redação, nada melhor do que um “cordão umbilical”. Cada jornalista tem acesso a uma plataforma informática, constantemente atualizada com os textos das agências *Lusa*, *Reuters*, *AFP* e *AP*, com filtros de pesquisa adequados às necessidades dos jornalistas. É uma ferramenta orientada para a eficiência e a base do trabalho diário dos jornalistas. Um dos principais automatismos que as rotinas produtivas do *DN* nos inculcaram foi a consulta constante das agências de notícias. Era o primeiro procedimento ao chegar à redação e, de maneira geral, o procedimento básico durante o dia de trabalho. No nosso caso, o serviço mais utilizado foi o da *Lusa*, dado que a maior parte dos trabalhos que nos couberam diziam respeito a assuntos nacionais e regionais, nas secções “segurança” e “cidades”.

Grande parte das tarefas que fomos desempenhando ao longo do estágio consistiu na seleção e tratamento de material já pronto. Em algumas situações o nosso trabalho resumiu-se ao “ajustamento marginal”, de que fala Wolf, das peças da *Lusa*, para que a peça encaixasse no desenho das páginas. Noutras situações tivemos que estabelecer contactos no sentido de obter informações adicionais ou de esclarecer alguma parte da estória. Nestes casos não se tratou de um ajustamento puro e simples, já que houve efetivamente um *input* da nossa parte.

Mesmo quando um jornalista contribui ativamente para complementar uma notícia que já lhe chega às mãos estruturada ou apenas se baseia nela, a complementação nem sempre significa aprofundamento, já que este último demandaria mais tempo e, porventura, mais espaço. A opção relativamente comum de complementar as peças sobre crimes ou tragédias, por exemplo, com caixas de texto sobre outros casos semelhantes, mas sem qualquer relação direta com o caso que constitui a notícia, não significa necessariamente que se tenha aprofundado a estória. Também não significa que se tenha contribuído para o seu esclarecimento. Mas, em muitas situações, é a solução possível para os jornalistas. Trata-se apenas de uma resposta simples e rotinizada às exigências produtivas do espaço e do tempo, que ilustra a forma como estas exigências interferem na seleção e tratamento da informação.

As notícias *online*

O aparecimento dos portais de notícias na internet introduziu nas rotinas das redações particularidades inerentes à natureza do meio *online*. Um dos aspetos mais importantes deste paradigma das notícias *online*, senão o aspeto determinante no que respeita ao

tema aqui tratado, é a linearidade de um ciclo produtivo contínuo e ininterrupto. Como as páginas *online* dos jornais têm que ser permanentemente “alimentadas”, minuto a minuto, disseminaram-se as chamadas “redações 24 horas”, com equipas redatoriais exclusivamente dedicadas ao meio *online* e particularmente dependentes de fontes de conteúdo estáveis e “produtivas”.

Embora o *Diário de Notícias* tenha uma equipa de jornalistas a trabalhar em exclusivo para a edição *online*, muitos dos redatores da edição impressa também publicam textos no site. Tal foi o nosso caso, o que nos permitiu experimentar ambas as realidades, tanto a produção para a edição impressa como a produção *online*. Constatámos que as realidades produtivas nos dois meios apresentam pequenas diferenças circunstanciais mas que, no fundamental, persistem grandes semelhanças que uma visão global permite entender como redundâncias.

A perceção com que ficámos é a de que a produção *online* do *DN* é ainda mais orientada pela “lógica do cronómetro” do que a da edição impressa. A prática mostrou-nos que a edição *online* do jornal se compõe, de forma ainda mais significativa, de notícias de agências e que a utilização direta ou ajustamento marginal destes textos, a que se referem Tuchman e Wolf, é uma prática ainda mais comum e aceite entre os jornalistas neste meio. No nosso entender, existe aqui um paradoxo. Apesar de o meio virtual dispor de características particularmente adequadas a um jornalismo mais orientado para a reflexão e aprofundamento das notícias⁶, dada a disponibilidade virtual de espaço e de tempo, na prática, é o meio no qual os jornalistas menos refletem e aprofundam as estórias. De facto, como observa Moreira (2011), as agências parecem ter hoje um papel crucial no universo *online*.

Apesar da dificuldade em reunir um corpo teórico de fundo especificamente dedicado ao fenómeno das agências de notícias, o peso do jornalismo de agência nos vários panoramas jornalísticos começa a ser alvo de alguma investigação. Os estudos conduzidos na Austrália⁷ por Jane Johnston e Susan Forde⁸, em 2009 e 2011, apontam

⁶ A grande reportagem *multimedia* de produção própria, por exemplo, é um dos géneros em que as organizações jornalísticas poderiam apostar nas suas páginas web. A interatividade também poderia ser melhor explorada. Mas é possível que a natureza do financiamento das versões *online* dos jornais impressos seja o principal obstáculo para o real aproveitamento dos recursos digitais.

⁷ O caso australiano apresenta semelhanças e diferenças relativamente ao contexto português. Em comum há o facto de em ambos os países existir uma única agência de notícias, sem concorrência nos respetivos mercados internos. A diferença que se impõe reside na estrutura de capitais de cada uma das organizações. Enquanto a *Agência Lusa* é uma

para os aspetos críticos que aqui salientamos, nomeadamente para o papel potencialmente dominante dos textos das agências de notícias no contexto do jornalismo *online*.

Johnston e Forde constataram que a maior parte dos *sites* de notícias conta em grande medida com as agências noticiosas para as notícias “de última hora” em desenvolvimento e que, na maioria dos casos, as peças das agências são republicadas na íntegra pelos seus clientes. (2009:10) As investigadoras concluíram que os textos das agências beneficiam de um estatuto próprio dentro das redações e que esse estatuto induz nos jornalistas determinados comportamentos:

*Os textos das agências de notícias são assumidos pelos jornalistas e editores como já tendo passado pela confirmação dos factos, pela investigação de fundo e verificações e como contendo material original. Em resultado, os textos da AAP ou de outras agências são muitas vezes despachados, divulgados, “postos” no site de notícias do assinante, assim que possível, com poucas ou nenhuma alterações.*⁹ (2011:207)

Não queremos avaliar a *legitimidade* deste tipo de prática, mas entender as razões que a sustentam, dado que se trata de uma realidade abertamente admitida pelos profissionais. O texto de Johnston e Forde também nos mostra isso:

As entrevistas com o nosso ex-jornalista online sugerem que, enquanto ele verificaria qualquer comunicado de imprensa que chegasse à sua mesa para ser apurado e o seguiria sempre com uma entrevista, ele não tratava os textos da AAP da mesma forma. Na verdade, ele indicou que “despachar” [“churning”] um comunicado de imprensa era uma grave ofensa à sua organização

sociedade anónima constituída por capitais privados e públicos, a *Australian Associated Press*, detida por quatro grandes organizações jornalísticas australianas, depende inteiramente de capitais privados.

⁸ As pesquisas das autoras sugerem que a AAP reproduz ela própria comunicados de imprensa, sem qualquer verificação ou acompanhamento, que continuam a ser reproduzidos por sua vez pelos órgãos de comunicação subscritores dos seus serviços. Questionam a conduta profissional da agência e a qualidade dos seus textos. O paralelismo que aqui fazemos entre a AAP e a *Lusa* em nada tem a ver com tais questões, resumindo-se à forma como os seus textos são utilizados pelos meios de comunicação assinantes.

⁹ Tradução livre da autora. No original “*Copy coming through news agencies is assumed by journalists and editors to have already gone through fact-checking, background research, and verifications, and to contain original material. As a result, copy from AAP or other agencies is often churned, disseminated, “put up” on the subscriber’s news Web site as soon as possible with little or no change.*” (2011:207)

*jornalística, enquanto despachar um texto da AAP era prática comum e aceite.*¹⁰
(2011:14)

Para nós, a atitude dos profissionais face a este material é a origem de muitos comportamentos enraizados nas redações, comportamentos que se entranham nas rotinas produtivas, integrando-as, e que são assimilados por osmose.

A expressão “*churnalism*”¹¹, que as autoras usam abertamente em ambos os artigos, é significativa e descreve este jornalismo passivo, baseado na reprodução automática de textos de agência. Esta forma de tratamento da informação é amplamente confirmada nas entrevistas feitas a jornalistas, editores e outros investigadores citados nos dois artigos. Tal como temos vindo a mostrar, também a experiência que aqui se relata vem confirmar esta realidade. Um investigador do Reino Unido, citado pelas autoras, observou que “*Hoje 'despachamos' histórias, não as escrevemos. Quase tudo é reciclado a partir de outra fonte*”. (Lewis, 2008 *apud* Johnston e Forde, 2011).

As palavras do jornalista australiano Geoffrey Barker, citado por Johnston e Forde, são significativas:

*Eles [os jornalistas] são pressionados para escrever mais e para fazê-lo mais rapidamente, para atender não só ao jornal, mas também ao respetivo site. Os jornalistas são avaliados de acordo com o número de vezes que o seu nome aparece sobre os artigos, o que significa que os processadores de informação mais automatizados - fornecedores daquilo a que Nick Davies chama "churnalism" - são os funcionários mais valorizados. Os jornalistas que querem ter tempo para observar e refletir, para colocar os eventos no contexto e pôr algum esforço na sua escrita, são considerados menos favoravelmente.*¹²
(Barker, 2009 *apud* Johnston e Forde, 2009:12)

¹⁰ Tradução livre da autora. No original “*Interviews with our former online journalist suggest that, while he would check any media release coming across his desk for accuracy and would always follow-up with an interview, he did not treat AAP copy in the same way. Indeed, he indicated “churning” a press release was a sackable offense at his news organization, while churning AAP copy was standard and accepted practice.*” (2011:14)

¹¹ A forma “*To churn*” é uma maneira informal e muitas vezes depreciativa de se referir a “produzir algo rapidamente e em grandes quantidades”. Embora não seja possível traduzir literalmente a expressão “*churnalism*” para o português, propomos “*jornalismo a despachar*” como uma tradução aproximada.

¹² Tradução livre da autora. No original “*They are pressed to write more and to write it more quickly, to supply not only the newspaper but also its website. Journalists are valued according to the number of times their name appears over articles, meaning that the most automaton-like information processors – purveyors of what Nick Davies calls*

As investigações das autoras (2009) confirmam aquilo que alguma bibliografia australiana e internacional aponta sobre a “*alta penetração das agências de notícias nos sites de notícias na internet*”, bem como o crescente uso de peças de agência no conteúdo noticioso das organizações jornalísticas.¹³ (2009:12)

Um dos então editores da *Australian Associated Press*, citado no artigo (2009), confirmou às investigadoras que os jornais, já grandes utilizadores dos conteúdos das agências, podem triplicar ou quadruplicar a utilização desses conteúdos nos seus *sites*. (2009:3) Em parte, isto acontece porque as necessidades das redações 24 horas vieram intensificar a dependência que já existia nos meios tradicionais ao extremar as exigências de quantidade, diversidade e atualidade de conteúdos. Os jornalistas estão sob a pressão de saciar a voracidade das redações 24 horas e é esta pressão que parece determinar a confiança dos meios de comunicação e dos jornalistas nos textos das agências. Uma confiança acrescida porque as agências estão intrinsecamente vocacionadas para a reportagem exata e em tempo real, o que se adequa de forma ótima à tendência dominante da informação *online*. Então, podemos considerar a web como um mercado alternativo para os textos das agências, até porque, como notam as autoras, “*os sites de notícias mais creditados na web são normalmente aqueles que estão associados aos media estabelecidos*” e “*os media estabelecidos sempre usaram as agências para fazer o seu produto.*”¹⁴ (2009:4)

Uma das principais preocupações que partilhamos com as autoras é a de que esta tendência pode estar a ameaçar a qualidade e a diversidade das notícias *online*. Partilhamos também com vários investigadores, citados nos artigos (2009; 2011), a opinião de que o potencial democrático da internet está a ser desperdiçado com a crescente reutilização, muitas vezes direta, dos textos das agências. Tal como explicam, o ambiente *online* está envolto numa aparência de diversidade jornalística, camuflando

'churnalism' – are the most valued staff. Journalists who want to take time to observe and reflect, to put events in context and put some effort into their writing, are regarded less favourably.” (Barker, 2009 *apud* Johnston e Forde, 2009:12)

¹³ Tradução livre da autora. No original “*The preliminary data presented here confirms, in the Australian context, Paterson’s international findings about the high penetration of wire copy into internet news websites, and also confirms both Pearson and Brand’s Australian findings and the ‘hunches’ of the Australian Press Council’s State of the Print Media report, that news organisations are increasingly using wire service copy [...] for their news content.*” (2009:12)

¹⁴ Tradução livre da autora. No original “*The most trusted news sites on the web are usually those associated with established media. Established media have always used agencies to produce their product.*” (2009:4)

o facto de a maior parte da informação que circula na web ser proveniente de um número muito limitado de fontes, na sua maioria agências. Tal como nós, as autoras lembram que o problema abordado nos artigos existe no contexto mais amplo das decisões feitas pelas grandes organizações jornalísticas quanto às fontes.

Se as condições técnicas e materiais da estrutura mediática e comunicacional contemporânea poderiam fazer supor o declínio do paradigma da centralização das fontes e, principalmente, das agências de notícias, um olhar simultaneamente focado e abrangente permite compreender que essa realidade não só se mantém como parece ser reforçada pelas atuais realidades produtivas. Compreende-se que o avanço técnico conquistado pelas redações parece não ter modificado as rotinas produtivas no essencial, tendo pelo contrário acentuado os seus traços tradicionais. No contexto dessas rotinas, as técnicas de recolha de informação e a estrutura de fontes parecem não ter sofrido alterações significativas relativamente àqueles padrões tradicionais já criticados por Mauro Wolf, Gaye Tuchman e, mais recentemente, Jorge Pedro Sousa. Compreende-se também que esta forma de fazer jornalismo, assente essencialmente nas mesmas rotinas que abordámos nos capítulos anteriores, não é uma realidade pontual mas sim generalizada, presente em redações por todo o mundo.

Não era o tipo de jornalismo de que estávamos à espera fazer, o que no início causou alguma dissonância. Mas a exposição diária a esta rotina, partilhada por todos os jornalistas, fez-nos passar a olhar este tipo de trabalho não só como algo normal e familiar mas como algo expectável. Na imprensa diária raramente se dispõe de tempo para aprofundar ou procurar abordagens alternativas para as estórias que temos em mãos. Além disso, nem todas as estórias permitem ou justificam investigação. Em grande medida, são o tempo e o espaço que determinam como proceder.

2.

2. A distribuição da rede jornalística

Embora não tenhamos investigado como se processa o trabalho dos jornalistas nas agências de notícias, podemos intuir que a rede burocrática estabelecida da informação noticiosa parece ter gerado uma espécie de rotina, a que arriscaremos chamar inter-organizacional, com uma definição de papéis que faz com que sejam os jornalistas das agências noticiosas a contactar com os *eventos* e a dar-lhes a forma de *notícias*. Ou seja, o primeiro trabalho de *transformação* dos *eventos* em *notícias* pertence, em grande medida, às agências. Como lembra Mauro Wolf (1978), as agências fazem um trabalho de confeção, estando numa fase avançada do processo produtivo.

Como é esta espécie de “matéria-prima” de agência que verdadeiramente sustenta as redações dos principais órgãos informativos, compreende-se que os jornalistas empregados nos órgãos signatários de agências lidem cada vez menos com os *eventos* enquanto *acontecimentos do mundo quotidiano*. (Tuchman, 1973) A parte mais significativa da “matéria-prima” com que os jornalistas de hoje lidam nas redações resume-se a notícias. Mesmo os jornalistas que estão na base da hierarquia desempenham mais um papel de “editores primários”, dentro da organização de que fazem parte, do que de jornalistas que saem à rua à “caça” de notícias, como transparece da mitologia do jornalismo. Trata-se, em grande medida, de um “jornalismo de secretária”. Simultaneamente, esta burocratização do aparelho produtivo acaba por transformar as agências de notícias, capazes de uma cobertura em massa e em tempo real, nos principais *agenda setters* dos vários *media*.

É importante frisar este processo pelo qual, numa lógica produtiva dependente das fontes estáveis, a relevância dos acontecimentos acaba por se confundir com as exigências decorrentes da organização do trabalho e com os processos adotados para responder a essas exigências. (Wolf, 1987:208) Como alerta o autor, assiste-se à sobreposição dos valores-notícia relativos ao meio relativamente aos critérios essenciais.

Tuchman evidencia as fragilidades da “*rede jornalística*” na cobertura noticiosa. A socióloga fala das diferenças entre a capacidade de um “cobertor” e a de uma “rede” para juntar a matéria-prima que alimenta os órgãos informativos. Ambas as disposições respondem à percibibilidade das notícias, permitindo capturar “informação fresca” diariamente, mas uma rede tem buracos. O seu lanço é dependente do valor investido na

intersecção das fibras e da resistência dessa fibra. Quanto mais estreitas as intersecções entre as malhas, ou seja, quanto mais a rede se assemelhar a um cobertor, mais pode ser capturado. Mas, como explica a autora, projetar uma malha mais cara e estreita pressuporia o desejo de apanhar “*o peixe pequeno*”, o que parece não acontecer. (1978:21)

Como refere Tuchman, a rede jornalística atual está destinada ao “*peixe grande*”. Os *media* jornalísticos colocam jornalistas nas instituições legitimadas, onde preveem encontrar as histórias que atrairão o público e onde os jornalistas terão acesso às reuniões oficiais, aos comunicados de imprensa e documentos oficiais. As sedes de polícia, os tribunais e as câmaras municipais, são alguns dos exemplos oferecidos por Tuchman. Os apontamentos dos jornalistas estacionados neste tipo de locais são complementados pela monitorização da polícia e dos despachos de rádio do Corpo de Bombeiros e pela atribuição de outros repórteres, baseados no escritório principal, para acompanhar as atividades dessas organizações legitimadas. (1978:21) A autora frisa a importância de todas estas organizações manterem ficheiros de informação centralizada, pelo menos parcialmente montada, para uso dos jornalistas. Frisa também que a localização dos repórteres nestes locais e a atribuição destas responsabilidades reafirmam e reforçam a legitimidade pública destas organizações. (1978:22)

Tuchman acrescenta que a rede jornalística é aumentada eletronicamente e refere os cabos telefónicos que ligam as redações principais e as delegações distantes, permitindo a transmissão quase instantânea de textos digitados e editados. Mas numa rede em que todos os pontos de recolha e produção estão fortemente ligados e em interação constante as ligações podem sobrepor-se, como acontece quando os jornais mantêm, para a cobertura de uma mesma área geográfica, os serviços das suas delegações e os serviços das agências noticiosas. (1978:22)

O suposto “*cobertor*” de que nos fala Tuchman consiste, segundo a autora, de um arranjo que articula a “*malha fina*” representada pelas fontes que a autora designa como “*stringers*”, a “*força de tração*” desempenhada pelos jornalistas e os “*elos de aço*” formados pelas agências de notícias, para garantir que todas as potenciais notícias são encontradas.¹⁵ Mas a socióloga identifica um dos principais problemas deste arranjo ao

¹⁵ Tradução livre da autora. No original “*This arrangement of intersecting fine mesh (the stringers), tensile strength (the reporters), and steel links (the wire services) supposedly provides a news blanket, insuring that all potential news will be found.*” (1978:23) Tuchman designa como “*stringers*” as fontes mais específicas, que alertam os *media*

notar que “as agências de notícias e os media jornalísticos duplicam substantivamente os esforços uns dos outros em vez de oferecer alternativas substantivas.” (1978:23) Na realidade eles parecem contribuir mais para uma relativa redundância da cobertura noticiosa do que para a complementaridade que se poderia esperar de uns relativamente aos outros. As situações descritas pela autora são significativas:

Os media jornalísticos enviam repórteres para ocorrências das quais tiveram conhecimento através dos dados das agências. Eles enviam um repórter para desenvolver o ângulo local de um evento nacional apesar de já haver cobertura de agência. Ao complementar as agências, eles reafirmam a sagacidade da identificação inicial das agências da ocorrência como um evento noticioso. Além disso, eles espalham os seus repórteres pelas instituições no mesmo padrão usado pelas agências. E “emprestam” as histórias uns aos outros. Por exemplo, os editores da noite dos jornais matutinos recebem uma cópia da primeira edição dos seus concorrentes para saber que histórias o seu próprio pessoal perdeu e para as mandar reescrever a partir das colunas do seu concorrente se for considerado necessário. Em vez de cobrir o mundo pelos seus esforços independentes, os media e os serviços de notícias deixam os mesmos tipos de buracos na rede noticiosa, buracos justificados por uma noção profissionalmente partilhada de notícia.¹⁶ (1978:23)

A autora frisa a importância teórica desta dispersão reticular dos jornalistas, já que é a chave para a constituição da notícia. Tal como nos explica, a ancoragem espacial da rede de notícias em locais institucionais centralizados é um elemento das faixas delimitadoras do enquadramento da realidade quotidiana como notícia. (1978:23)

para ocorrências em organizações mais especializadas, como faculdades locais e áreas geográficas com um valor de circulação limitado mas claro, como as periferias. Como refere a autora, o nome “stringer” conota um relacionamento atenuado com a rede de notícias, no entanto reafirma a imagem da rede ou teia. (1978:22)

¹⁶ Tradução livre da autora. No original “News media send reporters to occurrences they have learned of through the wire-services accounts. They send a reporter to develop the local angle at a national event although there already is wire-service coverage. By complementing the wire-services, they reaffirm the sagacity of the wire-services’ initial identification of the occurrence as a news event. Additionally, they fan their reporters through institutions in the same pattern used by wire-services. And they ‘borrow’ stories from one another. For instance night editors of morning newspapers receive a copy of their competitor’s first edition to learn what stories their own staff missed and to order rewrites from their competitor’s columns as deemed necessary. Instead of blanketing the world by their independent efforts, the news media and the news services leave the same sorts of hole in the news net, holes justified by a professionally shared notion of news.” (1978:23)

Apesar das desvantagens que decorrem da burocratização do aparelho produtivo, como parte dos constrangimentos organizacionais sentidos na produção noticiosa, é inevitável admitir a necessidade destes mecanismos estabelecidos, como é o caso da manutenção de uma rede de fontes estáveis, na imprensa diária. Na realidade atual seria praticamente impossível para uma organização como o *Diário de Notícias* produzir diariamente informação, da forma como o faz, sem o serviço permanente das agências de notícias e sem uma rede de contactos de acesso mais ou menos garantido. Não devemos negligenciar o facto de se tratar de informação de alcance nacional e internacional nem alhear-nos à manifesta insuficiência de recursos materiais e humanos da organização para que consiga reunir por si a matéria-prima das eventuais notícias. Mesmo no caso da secção “cidades”, a maior parte da matéria-prima chegava em primeiro lugar a partir da *Lusa*, o que mostra claramente que, no que se refere ao *DN*, mesmo a região do Porto é demasiado extensa para prescindir do serviço desta agência¹⁷.

Um episódio ocorrido durante o estágio ilustra a importância das agências de notícias nas organizações jornalísticas mais burocratizadas. Aquando da greve da *Lusa*, a 19 de Outubro de 2012, a redação da delegação norte do *DN* esteve praticamente vazia durante todo o dia. O motivo não foi uma convocação de greve simultânea por parte dos trabalhadores do jornal, mas a insuficiente matéria-prima para a produção habitual de notícias. Quanto a nós, a solução foi fazer rondas telefónicas, um procedimento que também faz parte da rotina de outras redações, mas que na delegação norte do *DN*, em situações “normais”, não foi utilizada. Durante os três meses de duração do estágio, este foi o único dia em que foi necessário fazer a “ronda”, por força das circunstâncias. A necessidade de estabelecer um grande número de contactos, sem certezas quanto à existência ou não de informações noticiáveis, originou o congestionamento de um processo que, em circunstâncias normais, era relativamente ágil, por vezes automático. Ao longo do dia foram feitas várias rondas. Cada ronda implicou um dispêndio considerável de tempo, sendo que de nenhuma delas proveio informação relevante. A importância fulcral da agência *Lusa* nos processos produtivos da redação manifestou-se com particular evidência no momento em que os seus serviços foram suspensos. Este episódio ilustra a dimensão do impacto que a ausência dos serviços da *Lusa* teve nas

¹⁷ No nosso caso, os eventos respeitantes à área metropolitana do Porto foram privilegiados, mas tal não nos impediu de noticiar eventos ocorridos noutras zonas do país.

rotinas produtivas da redação e, a partir dele, o papel central das agências na rede jornalística atual.

Em suma, podemos intuir que a lógica produtiva da rede noticiosa como um todo assenta em equilíbrios, dos quais dependem os equilíbrios internos de cada organização jornalística, como num ecossistema. No atual paradigma da produção jornalística os serviços das agências de notícias tornaram-se cruciais para o equilíbrio interno dos principais órgãos de informação. Mas, em função desta lógica, a imagem da realidade que serve de base ao trabalho diário de cada jornalista é aquela que resulta da cobertura das agências, por isso, uma imagem da realidade relativamente consensual e homogénea.

3. O fator organizacional

Como frisa Jorge Pedro Sousa (1999), a atuação dos jornalistas depende das circunstâncias. Estas circunstâncias remetem, em parte, para as organizações e para o que a literatura define como uma ação socio-organizacional de conformação da notícia. Então, quando falamos de rotinas produtivas falamos também de uma ação socio-organizacional, ou de um nível intermédio entre a ação pessoal e a ação organizacional, como entende Sousa (1999:29).

A própria *produtividade das rotinas* resulta das exigências organizacionais. Como afirma Traquina, “*as rotinas precisam de ser produtivas*”. (2005b:94) Para os órgãos de informação elas representam um “*subsídio informacional*”, como lhes chama o autor, já que, ao permitir que uma parte significativa do trabalho seja feita externamente, embaratecem a produção das notícias.

3.1. A Teoria Organizacional

Um dos primeiros teóricos a estudar a influência das organizações jornalísticas e das forças socializadoras da redação no trabalho dos jornalistas foi Warren Breed. No seu artigo “Controlo social da redação: uma análise funcional”, Breed acentua os constrangimentos organizacionais sobre os jornalistas, afirmando que estes se conformariam mais com as normas editoriais da organização em que trabalham do que com as suas crenças pessoais prévias.

Breed começa por explicar como é que o jornalista “aprende” a política editorial¹⁸. Para o autor, o jornalista é “socializado” na política editorial, de forma subtil, através de uma sucessão de recompensas e punições: “*O primeiro mecanismo que promove o conformismo é a socialização do redator no que diz respeito às normas do seu trabalho. Quando o jornalista inexperiente começa o seu trabalho, não lhe é dita qual é a política editorial. E nunca será.*”¹⁹ (1955:328)

Citando Breed, a aprendizagem da política editorial é feita “por osmose”:

¹⁸ Aqui tomaremos por “política editorial”, em sentido lato, tudo aquilo que determina um *modo de fazer* da redação, com aspetos comuns à prática jornalística em geral e aspetos específicos de cada organização, ou seja, privilegiamos aquilo que nela se traduz em conhecimento prático. É nesta medida que esboçamos uma aproximação entre o conceito de *política editorial* usado por Breed e o conceito de *rotinas produtivas* que temos vindo a abordar.

¹⁹ Tradução livre da autora. No original “*The first mechanism promoting conformity is the ‘socialization’ of the staffer with regard to the norms of his job. When the new reporter starts work he is not told what policy is. Nor is he ever told.*” (1955:328)

*“Todos à exceção dos funcionários mais novos conhecem a política editorial. Quando questionados, eles dizem que a aprenderam ‘por osmose’. Sociologicamente, isso significa que eles foram socializados e ‘aprenderam as normas’, como um neófito em qualquer subcultura. Basicamente, a aprendizagem da política editorial é um processo pelo qual o novato descobre e interioriza os direitos e obrigações do seu estatuto e as suas normas e valores. Ele aprende a antecipar o que se espera dele, a fim de ganhar recompensas e evitar punições.”*²⁰ (1955:328)

A aprendizagem da política editorial e das normas de trabalho é feita da seguinte forma: As estórias do jornalista recém-chegado tenderão a refletir o que ele vai definindo como *procedimento padrão*, pela leitura diária e definição das características do jornal. Como explica o autor, *“as notícias e editoriais são um guia das normas locais.”* (1955:328) Breed aponta ainda como guias de controlo *“certas ações editoriais tomadas por editores e funcionários mais velhos”*, como os *“sublinhados a azul”*, que hoje já não se aplicam, e as repreensões dos editores ou de funcionários mais velhos. (1955:328) O *“conhecimento acerca das características, interesses e afiliações dos seus executivos”* (1955:329) é outra das fontes de orientação para o jornalista. Também as reuniões entre jornalistas e *“executivos”*, a que Breed chama *“conferências de imprensa”* são um ponto de contacto entre os patamares da hierarquia. Nas palavras do autor:

*A partir de tais reuniões, o funcionário pode ter uma visão através do que é dito e do que não é dito pelos executivos. É importante dizer aqui que a política editorial não é declarada explicitamente na conferência de imprensa nem em outros lugares, com poucas exceções. A conferência de imprensa, na verdade, lida principalmente com assuntos jornalísticos, como a confiabilidade das informações, noticiabilidade, possíveis ‘ângulos’, e outras táticas jornalísticas.*²¹ (1955:329)

²⁰ Tradução livre da autora. No original *“Yet all but the newest staffers know what policy is. On being asked, they say they learn it “by osmosis.” Sociologically, this means they become socialized and ‘learn the ropes’ like a neophyte in any subculture. Basically, the learning of policy is a process by which the recruit discovers and internalizes the rights and obligations of his status and its norms and values. He learns to anticipate what is expected of him so as to win rewards and avoid punishments.”* (1955:328)

²¹ Tradução livre da autora. No original *“From such meetings, the staffer can gain insight through what is said and what is not said by executives. It is important to say here that policy is not stated explicitly in the news conference nor else-where, with few exceptions. The news conference actually deals mostly with journalistic matters, such as reliability of information, newsworthiness, possible ‘angles’, and other news tactics.”* (1955:329) Sublinhamos o

Três outros canais de aprendizagem sobre os executivos, apontados por Warren Breed, são “os órgãos internos (impressos para os funcionários por sindicatos e jornais maiores), observando-se o executivo quando ele se encontra com vários líderes e ouvi-lo expressar uma opinião”.²² (1955:329)

O conformismo e os fatores que o determinam devem-se, em suma, à existência de “papéis institucionalizados” ou “papéis estruturais” dentro da organização:

*O funcionário deve ser visto em termos do seu estatuto e aspirações, da estrutura da organização da redação e da sociedade em geral. Ele também deve ser visto com referência às operações que realiza ao longo da sua jornada de trabalho e suas consequências para ele.*²³ (1955:329)

Neste sentido, Breed aponta seis fatores que promovem o conformismo com a política editorial:

A “autoridade institucional e as sanções” constituem o primeiro fator de conformismo apontado pelo autor. (1955:330) Não se trata de punições declaradas, mas de ações que conotam a reprovação dos superiores, como a atribuição de trabalhos geralmente pouco apreciados. Breed dá como exemplo os obituários. Este medo das sanções não invocadas é uma das razões pelas quais os jornalistas empregados se conformam. Ainda que um jornalista arrisque uma estória contra a política editorial a última palavra quanto à forma como a estória será efetivamente apresentada, ou mesmo quanto à sua publicação ou não publicação, caberá aos seus superiores na cadeia hierárquica. Como explica Breed, os editores podem ignorar certas estórias, atribuí-las a jornalistas em quem confiem, ou alterá-las.

Os “sentimentos de obrigação e estima pelos superiores” (1955:330) são outro dos fatores apontados. A gratidão para com o jornal ou o respeito e admiração pelos

facto de, não só a política editorial em sentido estrito, mas, tudo aquilo que constitui o “modo de fazer” da organização estar diluído nos “assuntos jornalísticos” de que fala Breed. Lembramos ainda que as orientações dos editores quanto a esses “assuntos jornalísticos” de carácter geral contêm inevitavelmente orientações subliminares quanto à prática organizacional da empresa.

²² Tradução livre da autora. No original “[...] house organs (printed for the staff by syndicates and larger papers), observing the executive as he meets various leaders and hearing him voice an opinion.” (1955:329)

²³ Tradução livre da autora. No original “The staffer must be seen in terms of his status and aspirations, the structure of the newsroom organization and of the larger society. He also must be viewed with reference to the operations he performs through his workday, and their consequences for him.” (1955:329)

editores, que acabam por ser, em certa medida, os “educadores” dos mais novos, são atitudes que se podem desenvolver facilmente no contexto do trabalho. Os jornalistas mais velhos, que serviram de modelo ou que tenham ajudado de alguma forma um recém-chegado, merecem também o respeito deste. Como explica Warren Breed, este tipo de sentimentos pelos superiores são um fator de aliciamento para o conformismo.

As “*aspirações de mobilidade*” (1955:330) também pesam neste processo. Na investigação feita por Breed, todos os jornalistas mais novos a quem o autor questionou acerca das suas ambições profissionais mostraram o desejo de conquistar estatuto dentro da organização:

*“Para todos eles, contrariar a política editorial do jornal constituiria uma séria barreira a este objetivo. Na prática, vários entrevistados observaram que uma boa tática para o avanço era obter ‘grandes’ histórias na primeira página, o que significa automaticamente não mexer com a política editorial.”*²⁴ (1955:330)

A “*ausência de alianças com grupos conflitantes*” (1955:330) é outro dos aspetos apontados pelo autor. Neste caso, refere-se à realidade produtiva norte-americana, em que os sindicatos não interferem com questões internas, como é o caso da política editorial.

“*A natureza prazerosa da atividade*” (1955:330) também promove o conformismo dos jornalistas, segundo Breed. Tal como explica, tanto o ambiente da redação, como as operações envolvidas no trabalho jornalístico, como ainda as gratificações não-financeiras que dele decorrem são aspetos que agradam aos profissionais.

Apesar de alguns jornalistas terem um baixo estatuto na redação, para todos os efeitos, eles são tratados como *colegas* dos editores e não como simples “empregados”. O ambiente da redação conota um trabalho de colaboração, mesmo que na realidade a maior parte desse trabalho seja determinado pela hierarquia e “imposto” pelos superiores. No dia-a-dia é um ambiente “amigável”. A isso acrescenta-se o facto de os jornalistas gostarem do seu trabalho e das operações que este implica: “*testemunhar, entrevistar, ponderar brevemente os significados dos eventos, verificar factos, escrever*”. (1955:331) Para além disto, as gratificações a que atrás se aludiu são

²⁴ Tradução livre da autora. No original “*There was agreement that bucking policy constituted a serious bar to this goal. In practice, several respondents noted that a good tactic toward advancement was to get “big” stories on Page One; this automatically means no tampering with policy.*” (1955:330)

várias: “a variedade de experiências, testemunhar eventos significativos e interessantes, ser o primeiro a saber, atingir “o cerne das questões” que é negado aos leigos, encontrar-se e, por vezes, fazer amizade com pessoas notáveis e celebridades” são alguns dos exemplos apontados por Breed. (1955:331) Como refere o autor, os jornalistas “estão perto das grandes decisões sem ter que tomá-las, eles tocam o poder sem serem responsáveis pelo seu uso.” (1955:331) Além do mais eles orgulham-se da sua profissão, já que os jornais se tornaram numa instituição para a sociedade.

O último fator apresentado está relacionado com as notícias como valor. No seu trabalho diário, o jornalista está empenhado, antes de mais, em obter o máximo de notícias. É esse o seu objetivo. A contestação à política editorial da empresa, mesmo quando se verifica, é apenas uma tendência pessoal, que não faz parte do objetivo imediato do jornalista, sendo na maior parte das vezes arredada no contexto do trabalho. Nas palavras de Breed:

*Os jornalistas definem o seu trabalho como a produção de uma certa quantidade daquilo que designamos como “notícias” a cada 24 horas. Elas têm que ser produzidas, mesmo que não tenha acontecido nada de especial. A notícia é um desafio constante, e enfrentar este desafio é o trabalho do jornalista. Ele é recompensado por cumprir esta sua função manifesta. A consequência desse foco na notícia como um valor central é a sustentação de um forte interesse na objetividade no ponto de conflito com a política editorial. Em vez de mobilizar os seus esforços para estabelecer objetividade sobre a política editorial enquanto critério de desempenho, as suas energias são canalizadas para obter mais notícias. As exigências da competição [...] e de velocidade aumentam esse foco. Os jornalistas falam sobre a ética, a objetividade e o valor relativo de vários jornais, mas não quando há notícias a obter. A notícia vem em primeiro lugar, e há sempre novidades a conseguir. Eles não são recompensados por analisar a estrutura social, mas pela obtenção de notícias.*²⁵ (1955:331)

²⁵ Tradução livre da autora. No original “Newsmen define their job as producing a certain quantity of what is called ‘news’ every 24 hours. This is to be produced even though nothing much has happened. News is a continuous challenge, and meeting this challenge is the newsman’s job. He is rewarded for fulfilling this, his manifest function. A consequence of this focus on news as a central value is the shelving of a strong interest in objectivity at the point of

Para clarificar este processo de conformismo, o autor chama a atenção para um conceito importante: o *grupo de referência*. (1955:331) Os seis fatores fazem com que os jornalistas, especialmente os mais novos, se identifiquem com os seus superiores. Compartilhando as suas normas, o seu trabalho vai-se assemelhando ao deles com o tempo. Apesar das suas eventuais crenças pessoais e ideais éticos, o funcionário está, acima de tudo, em conformidade com a política editorial e com o “modo de fazer” da redação. A lealdade é direcionada para a “autoridade legítima”, ou seja, “*a autoridade para manter o equilíbrio dentro dos limites da distribuição prudente das recompensas e punições.*” (1955:332) Nunca o grupo de referência poderia ser fonte de alterações significativas na política editorial, já que é o próprio grupo que deve estabelecê-la. Além disso, como refere Breed, a fonte da política editorial é frequentemente isolada das questões relacionadas com ela.

“*À sua maneira, cada um dos seis fatores contribui para a formação do comportamento do grupo de referência.*”²⁶ (1955:332) Tal como descreve o autor, o comportamento do grupo de referência é então determinado pela ausência de demissões e expectativa constante de continuidade no emprego; pela estima dos jornalistas subordinados em relação aos patrões – *um grupo de modelo conveniente*; pelas aspirações de mobilidade, que promovem os vínculos entre estatutos; pelo ambiente da redação, dados os fatores relacionados com a coletividade e a natureza agradável do trabalho e pela concordância entre os jornalistas de que o seu trabalho é estar “em cima da notícia”, vendo-a como um valor em si mesma, que liga os estatutos. (1955:332)

No nosso entender, esta abordagem de Warren Breed, cujo artigo acabamos de parafrasear, às organizações ajuda também a compreender como se gera o conformismo dos jornalistas em relação às rotinas produtivas instituídas nas redações, rotinas muitas vezes discordantes com os ideais e aspirações dos próprios jornalistas.

Warren Breed observou alguns aspetos da realidade produtiva dos jornais dos anos cinquenta (o artigo remonta a 1955). Entretanto muita coisa se alterou. A atual realidade apresenta diferenças significativas relativamente àquela estudada por Breed. Uma das

policy conflict. Instead of mobilizing their efforts to establish objectivity over policy as the criterion for performance, their energies are channeled into getting more news. The demands of competition [...] and speed enhance this focus. Newsmen do talk about ethics, objectivity, and the relative worth of various papers, but not when there is news to get. News comes first, and there is always news to get. They are not rewarded for analyzing the social structure, but for getting news.” (1955:331)

²⁶ Tradução livre da autora. No original “*In its own way, each of the six factors contributes to the formation of reference group behavior.*” (1955:332)

principais diferenças é a grande competitividade que se verifica hoje, não só entre organizações, mas também entre os próprios jornalistas. Isto leva-nos a por em perspectiva algumas das considerações de Breed a que atrás se aludiu. O tipo de relações que se formam na redação e o tipo de aspirações que os jornalistas mantêm em relação à sua carreira e à progressão dentro da organização são hoje diferentes de há sessenta anos. No entanto, permanece uma curiosa similitude quanto aos *efeitos*, apontados pelo autor, que estas circunstâncias têm sobre os jornalistas. A situação apresentada por Breed mostra que a relativa segurança do posto de trabalho acalenta no funcionário a ambição de subir de estatuto e, por isso, ele conforma-se com um determinado “modo de fazer”. Ou seja, de entre o conjunto das normas profissionais, ele prioriza as “normas técnicas”, mais ligadas à eficiência do trabalho, e deixa em segundo plano as “normas éticas”. Mas a precariedade laboral em que se encontram hoje os jornalistas e o clima de insegurança no mercado de trabalho, fazem do conformismo e da priorização das “normas técnicas” uma necessidade de sobrevivência para muitos jornalistas. A situação reverte-se: se antes a grande probabilidade de ascensão profissional promovia o conformismo, hoje a grande probabilidade de demissão e a necessidade de manter os empregos reforçam-no ainda mais. Tudo parece confirmar a nossa percepção de que as condições objetivas e materiais e os objetivos imediatos parecem acabar sempre por se impor e protelar qualquer ideal de conduta.

O fator económico pode também entrar em linha de conta quando se questiona a organização jornalística. A este respeito partilhamos com Sousa a opinião de que as características empresariais dos órgãos de comunicação também contribuíram para o surgimento das rotinas profissionais, devido à necessidade de uma “*gestão criteriosa dos recursos humanos e materiais, de forma a potenciar os lucros, diminuir os custos de exploração e racionalizar os processos de trabalho*”. (1999:27) Então, como prossegue o autor, a divisão do trabalho consiste numa forma de assegurar que o fabrico do produto se realize desde que esteja garantido o fornecimento regular de matéria-prima. Se, como observou Mauro Wolf, a dependência das redações em relação às fontes institucionais e agências na fase de recolha dos materiais noticiáveis é explicada pela necessidade de um fluxo constante e seguro de notícias que assegure a execução do produto jornalístico (1987:195), então a relação entre a preponderância das agências de notícias e o fator económico é evidente. É a esta relação que o autor se refere quando

observa que existe uma lógica económica “*coerciva e férrea*” que impõe a utilização dos serviços de agência. (1987:209)

Mauro Wolf cita três aspetos focados por Golding e Elliot sobre a utilização das agências, que consideramos vitais e que dão uma imagem relativamente abrangente da sua posição privilegiada no contexto económico dominante e da forma como isso se reflete na produção da informação.

Em primeiro lugar, os autores consideram as agências como fontes literalmente insubstituíveis, de que não é possível prescindir por motivos económicos, lembrando que é de uma lógica económica que derivam a origem e desenvolvimento das agências. Tal como explicam, para os órgãos de informação torna-se mais caro manter correspondentes nas zonas distantes do que assinar o serviço de uma agência. (Golding e Elliot, 1979 *apud* Wolf, 1987:205)

O segundo fator referido pelos autores é o reforço dos critérios de noticiabilidade provocado pelas agências, em detrimento das diferenças existentes entre os vários órgãos de comunicação. A noticiabilidade, monopolizada pelas agências, torna-se homogénea e uniforme:

De entre todos os acontecimentos, acabam por ser considerados noticiáveis aqueles que as agências noticiam. Sob as diferenças inerentes às culturas, às ideologias, aos âmbitos de difusão da informação, aos próprios meios de comunicação, permanece um substrato comum definido, precisamente, por critérios de noticiabilidade que essas ‘fontes’ contribuem para difundir. (Golding e Elliot, 1979 *apud* Wolf, 1987:206)

O terceiro aspeto refere-se ao impacto das agências na definição da agenda dos órgãos de informação:

A cobertura das agências alerta as redações para tudo o que acontece [...] e é a partir desse conhecimento que as redações constroem a sua própria cobertura. [...] As agências funcionam, portanto, como uma primeira campanha de alarme para as redações, cuja ação é determinada pelo controle dos despachos. (Golding e Elliot, 1979 *apud* Wolf, 1987:206)

Nelson Traquina (2005a) também enquadra o trabalho dos jornalistas no seu contexto económico, referindo o orçamento das empresas como um constrangimento imposto pelos custos e lógica do lucro. Por sua vez, a extensão da rede de captura de acontecimentos e problemáticas de cada meio de comunicação depende, em grande medida, dos recursos económicos da respetiva empresa jornalística. Então, a forma como se processa a produção de notícias em cada empresa jornalística está intimamente relacionada com a repartição dos seus recursos. (2005a:159)

Na perspetiva económica, a notícia, enquanto produto, é inserida na relação entre produtor e cliente e deve satisfazer as exigências do cliente. Como qualquer produto perecível, a notícia deve chegar ao cliente o mais rapidamente possível. Este é um imperativo tanto para os meios de comunicação, como o *DN*, como para as agências de notícias, como lembra Traquina. (2005a:160)

Também as conclusões de Johnston e Forde quanto à utilização de peças de agências de notícias nos *sites* de informação convergem para esta perspetiva económica:

Parece haver um reconhecimento na indústria de que, com as crescentes pressões para produzir notícias 24 horas juntamente com as crescentes pressões da linha de fundo para manter e melhorar os lucros, os próprios órgãos de imprensa já não tem recursos para a produção de peças originais. A AAP e outras agências de notícias são vistas, cada vez mais, como uma maneira econômica de fornecer notícias "independentes" e credíveis, sem gastar grandes quantias de dinheiro a empregar jornalistas. (2009:11)

De acordo com Johnston e Forde (2009, 2011), nos últimos anos tem-se assistido ao despedimento de jornalistas por parte das organizações jornalísticas, a um jornalismo de investigação cada vez menos original e à grande procura de notícias consorciadas, das relações públicas e das agências de notícias, para conteúdo jornalístico. (2009:6) Todos estes fenómenos estão inter-relacionados, já que os cortes que as equipas redatoriais têm sofrido na generalidade dos meios de comunicação, tradicionais e *online*, deixam uma margem cada vez menor para a produção de material original e reforçam a dependência das redações em relação ao serviço das agências de notícias. Reforçam também a prática, conhecida como “*churnalism*”, de reciclar notícias. Este problema parece afetar de forma mais significativa os meios *online* porque a sua estrutura econômica, que tem ainda um baixo nível de publicidade tradicional e de pagamento por parte dos

utilizadores pelo conteúdo, limita em maior medida a recolha original de notícias que estas organizações são capazes de fazer. Como explicam as autoras, a crescente confiança nos textos das agências e noutras notícias consorciadas “*é a decisão racional a tomar para as organizações jornalísticas comerciais, independentemente do impacto que isso possa ter na diversidade de notícias.*”²⁷ (2009:6)

De acordo com a perspetiva económico-política de R. McChesney, avançada pelas autoras, o mau jornalismo que hoje se faz não resulta da falência moral ou da falta de talento dos jornalistas, mas antes de uma estrutura que faz de tal jornalismo o resultado racional das suas operações. (McChesney, 2003 apud Johnston e Forde, 2009:6) *A busca do lucro, o tamanho da organização, os níveis de competição e a influência da publicidade* são fatores que parecem explicar não só a forma como os materiais das agências estão a ser utilizados pelos seus clientes, mas a produção de notícias na sua generalidade. (2011:208) Baseando-se na economia política, as autoras entendem que as soluções que têm sido adotadas pelas instituições jornalísticas têm sido determinadas, em grande medida, pelo mercado e muito pouco orientadas para a democracia.

Nelson Traquina apresenta também alguns traços sobre a teoria organizacional, do ponto de vista das variáveis que podem intervir no funcionamento da empresa. (2005a:160) Um dos fatores que o autor menciona é o tamanho da empresa, que tem influência no grau de especialização dos jornalistas, na dinâmica de comunicação dentro da empresa e no grau de autonomia dos jornalistas. Segundo Traquina, nas grandes empresas existe uma maior especialização dos jornalistas e a comunicação é menos interativa. Os jornalistas têm mais autonomia nas pequenas empresas, onde há diferentes estruturas de poder e cuja estrutura é mais flexível. Pelo contrário, nas grandes empresas as estruturas de controlo são mais fortes e mais centralizadas.

A propósito da teoria organizacional, Nelson Traquina mobiliza uma expressão de James Curran que resume a questão da autonomia do jornalista dentro de uma organização. Para este académico trata-se de uma “autonomia consentida”, ou seja, “a

²⁷ Tradução livre da autora. No original “*Political economy suggests that this increasing reliance on news agency copy – among many other forms of ‘syndicated’ news – is the rational decision for commercial news organizations to make regardless of the impact that may have on news diversity.*” (2009:6)

autonomia do jornalista é permitida enquanto for exercida em conformidade com os requisitos da empresa jornalística.” (2005a:157)

Todos estes processos de interação social que ocorrem dentro da organização acabam por ter influência nas notícias e na forma de as produzir. No contexto do trabalho, os jornalistas acabam por interiorizar que ocupam um lugar específico e limitado na cadeia organizacional e que os seus superiores têm poder e meios de controlo sobre o seu trabalho. Nas peças maiores e mais importantes, por exemplo, nem sempre é o jornalista quem determina a forma como serão estruturadas as informações que compõem a peça que lhe foi atribuída. Para além do facto de o desenho da página não ser feito pelo redator, normalmente a distribuição e o tipo de informações a colocar nos espaços marginais à peça principal (como as colunas secundárias, caixas de texto, fotografias, entre outros) são determinados pelos editores. Na prática, o jornalista encarregue de uma determinada estória tem uma autonomia muito relativa na feitura dessa peça. Ele detém a informação e cabe-lhe trabalhá-la. Mas a última palavra quanto à forma como a informação deve ser trabalhada (estruturação, apresentação e mesmo quanto à efetiva publicação do produto noticioso) não lhe pertence. Ele está subordinado a uma cadeia hierárquica.

É neste contexto que os jornalistas produzem: sabendo que o seu trabalho vai passar por uma hierarquia organizacional. Assim, o jornalista que quer ser “útil” no posto que ocupa aprende a antecipar-se às expectativas dos superiores. Em termos gerais, foi neste contexto que se desenvolveu a experiência profissional aqui relatada.²⁸ Constatamos que, no contexto do estágio, a antecipação às expectativas imediatas de que nos fala Traquina se afirmou como um elemento importante da aprendizagem do papel que nos cabia e um mecanismo imprescindível no processo de adaptação ao contexto de trabalho. Na nossa opinião, tal antecipação foi ainda facilitada pela rotina de trabalho da redação, relativamente passiva, previsível e fixa.

Jorge Pedro Sousa reconhece também esta pressão, lembrando que a isso ajudam os mecanismos de contratação, despedimento e progressão na carreira. Como explica, interessa à organização que os funcionários estejam adaptados à sua dinâmica interna, estando os jornalistas inevitavelmente constrangidos não só pela política editorial como,

²⁸ Se durante o estágio, no contexto do trabalho diário, esta situação não foi imediatamente perceptível, com o passar do tempo e acumular de experiência (e em resultado do distanciamento posterior ao afastamento da redação), o peso e efeito deste fator organizacional na rotina de trabalho começou a delinear-se de forma clara.

em sentido lato, por tudo aquilo que constitui o modo como se fazem as coisas no órgão de comunicação. Sousa inscreve entre os constrangimentos organizacionais os processos que levam à rotinização da produção jornalística, ao estabelecimento de hierarquias e à imposição artificial de alguma ordem na erupção aleatória dos acontecimentos. (1999:30)

Um jornalista recém-chegado a uma organização sujeita-se a uma *aprendizagem socializadora* que envolve a observação, experiência e, segundo Jorge Pedro Sousa, até a imitação. É através da socialização que o jornalista apreende os rituais e valores partilhados. Mesmo que um jornalista não se sinta satisfeito ou realizado com o tipo de jornalismo que faz, ele sujeita-se aos constrangimentos organizacionais de forma a manter o emprego, o reconhecimento e a possibilidade de progredir. Ele redimensiona-se de forma a “encaixar” nas circunstâncias em que tem que trabalhar. É uma forma de profissionalismo que faz com que o jornalista se integre na organização e se ajuste à forma como aí se fazem as coisas, em troca de recompensas. (1999:30)

John Soloski fala de uma interação entre o mecanismo de controlo transorganizacional, ou seja, o profissionalismo jornalístico, e os mecanismos de controlo encerrados na política editorial. Para o autor, estes dois mecanismos ajudariam a delimitar o comportamento profissional dos jornalistas, fornecendo-lhes uma *estrutura para a ação*. As fronteiras do comportamento profissional estabelecidas por estes mecanismos seriam, por um lado, suficientemente amplas para permitir alguma criatividade sendo, por outro lado, suficientemente estreitas para garantir uma ação em conformidade com os interesses da organização jornalística. (Soloski, 1989;1993 *apud* Sousa, 1999:30)

4. Socialização, aculturação e profissionalismo

Tendo por base a interpretação de Jorge Pedro Sousa (1999), é possível agrupar na mesma abordagem três conceitos relacionados entre si: socialização, aculturação e profissionalismo. A socialização a que o autor se refere é o processo que leva um recém-chegado a tornar-se num elemento de uma organização. Este processo leva a pessoa a aculturar-se na organização e na profissão, a moldar atitudes, comportamentos e até a identidade. Assim, a socialização deverá ser entendida como um processo interativo entre a organização e as pessoas e entre estas entre si. (1999:58)

A socialização é um processo que se desenvolve ao longo do tempo e que se baseia na comunicação. Ela compreende a aquisição de informações sobre as organizações e ocupações na infância; a focalização em informações mais específicas quando se pensa em integrar uma profissão ou organização; a entrada nessas organizações e respetiva “assimilação”; a construção de uma carreira e a saída das organizações. (Wilson, 1984 *apud* Sousa, 1999:59)

Partilhamos com Sousa a preocupação de que existe um perigo latente quanto à socialização no jornalismo:

[...] um dos perigos da socialização no jornalismo é o encerramento do sistema jornalístico-organizacional sobre si próprio, já que esse encerramento pode levar à manutenção de um sistema autorreferencial, que vai criando e retroalimentando referências e que se revela nas práticas e nas rotinas, sem se abrir a referências externas que poderiam ser proveitosas, face às funções que as pessoas esperam do jornalismo numa sociedade aberta, plural e verdadeiramente democrática. (1999:59)

Tal como exemplifica o autor, pode ocorrer que uma determinada prática acabe por se afirmar como “certa” ou adequada às necessidades da empresa por ser recorrentemente utilizada e valorizada ao longo do tempo. Assim, um profissional, enquanto tal, sentir-se-á na “obrigação” de aplicar preferencialmente certas técnicas ou procedimentos e não outros.

Parece haver uma relação entre as rotinas produtivas e uma determinada forma de “profissionalismo”. Tanto Mauro Wolf como Sousa chamam a atenção para esse facto recuperando um conceito de Bechelloni: o *profissionalismo ‘político’*. De acordo com a

definição de Bechelloni, o *profissionalismo 'político'* está relacionado com a capacidade de conhecer e dominar as regras geradas pelas relações entre o sistema político, o domínio cultural e o mercado, que se estabelecem na sociedade. Da interação social entre os indivíduos que operam nos três domínios resulta uma determinada definição de notícia e uma determinada organização do trabalho jornalístico. Para o autor, é nesta dimensão que se coloca o profissionalismo. Trata-se de um conjunto de regras, que muitas vezes não são percebidas como tal pelos jornalistas e que não são discutidas publicamente, produzidas dentro e em volta da redação, transmitidas na interação social e aprendidas numa socialização atenta e gradual. Por serem produzidas e transmitidas na interação social quotidiana, elas não são claramente vistas como regras pelos jornalistas. (Sousa, 1999:59; Wolf, 1987: 194)

Para Villafañe, Bustamante e Prado, a socialização dos profissionais começa nos estudos, mas é pela cooptação nos meios e pela aprendizagem direta com base no exemplo dos profissionais veteranos e dos chefes que se reforça e consolida. (Villafañe *et al*, 1987 *apud* Sousa, 1999:60) Tal como tivemos oportunidade de verificar durante o estágio, no seu trabalho quotidiano os jornalistas priorizam as soluções imediatas, deixando num “estado latente” grande parte da “bagagem” académica ou ética que possam trazer. Como explicou Warren Breed, muitas vezes até as convicções mais pessoais são contrariadas.

Grossi define o profissionalismo como “*o papel socialmente legitimado no interior dos aparelhos produtivos especializados, para construir a realidade social enquanto realidade pública e socialmente relevante*” (Grossi *apud* Sousa, 1999:60) As competências que formam o profissionalismo, segundo Villafañe *et al*, residem em saberes técnicos e, principalmente, em normas e valores políticos, culturais, ideológicos, que subordinam a técnica.²⁹ (Villafañe *et al*, 1987 *apud* Sousa, 1999:61) Perante uma *audiência invisível*, o trato e a ligação direta com os companheiros e chefes, com a organização interna como um todo, impõe um marco coletivo. Para os autores, as práticas profissionais acabaram por introduzir nos acontecimentos produzidos na sociedade uma *distorção involuntária*, regida pelos próprios valores e procedimentos profissionais. Como observa Mauro Wolf (1987), o profissionalismo desenvolve-se na empresa noticiosa, dentro da sua lógica produtiva, e não contra ela. Então, os valores e o

²⁹ Lembremos a distinção das “*normas profissionais*”, feita por Warren Breed, em “*normas técnicas*” e “*normas éticas*”.

reconhecimento do profissionalismo são julgados em função dos valores da organização. É nesta medida que a competência acaba por “coincidir” com a performatividade rotineira. Um exemplo disso é a capacidade de vencer o tempo, transformando rapidamente um acontecimento em notícia.

Nelson Traquina destaca claramente a questão do tempo na definição do profissionalismo e na sua relação com a performatividade: “

A relação entre o fator tempo e o jornalista é tão fundamental que constitui um fator central da definição da competência profissional. Ser profissional implica possuir uma capacidade performativa avaliada pela aptidão de dominar o tempo em vez de ser vítima dele. (2005b:40)

Traquina refere que a *ênfase na ação* está no centro do profissionalismo. A ação tem de ser controlada, para que o jornalista não seja vitimado pela cadência frenética de um ciclo produtivo estruturado em função de marcos temporais - por exemplo a pressão das horas de fecho. Para Ericson, Barnek e Chan, citados por Traquina, tal capacidade performativa pressupõe um “*vocabulário de precedentes*”, ou seja, um conjunto de saberes profissionais. (2005b:41)

Os autores definem o “*vocabulário de precedentes*” como “*a progressiva articulação verbal do estado corrente de saber de reconhecimento, de procedimento e de narração, requerida para efetuar um desempenho competente do trabalho.*” (Ericson et al apud Traquina, 2005b:41) Tal como é explicado, este vocabulário é aprendido de forma subtil, por acumulação, através da experiência e das trocas diárias com os colegas, fontes, superiores hierárquicos e textos jornalísticos. Portanto, o *profissionalismo* expressa-se nestes três saberes: no “*saber de reconhecimento*”, no “*saber de procedimento*” e no “*saber de narração*”.

Por “*saber de reconhecimento*”, entende-se “*a capacidade de reconhecer quais são os acontecimentos que possuem valor como notícia*” (2005b:42). Trata-se de mobilizar os critérios de noticiabilidade, os valores-notícia ou as “*capacidades secretas*” dos jornalistas, como o “*faro para a notícia*” ou a “*perspicácia noticiosa*”.

O “*saber de procedimento*” está relacionado com os “*conhecimentos precisos que orientam os passos a seguir na recolha de dados para elaborar a notícia.*” (2005b:42) Neste “*saber*” inclui-se também o conhecimento específico de identificação e

verificação dos factos. O conhecimento das regras acerca das fontes de notícias, referido por Traquina, é outro aspeto fundamental da competência jornalística e determina como verificar os factos, quem contactar, quem são as fontes e como contactá-las, como lidar com as fontes, que perguntas colocar e como compreender certas respostas. (2005b:43)

O “*saber de narração*” define-se como “*a capacidade de compilar todas essas informações e ‘empacotá-las’ numa narrativa noticiosa, em tempo útil e de forma interessante.*” (2005b:43) Um exemplo deste “saber” é a técnica da pirâmide invertida, que define numa fórmula familiar os “servidores da notícia” a incorporar no *lead* (quem, o quê, quando, onde, como e porquê). Este saber abrange igualmente a capacidade de utilizar a linguagem jornalística, ou o “*jornalês*”³⁰, enquanto conjunto das regras estilísticas específicas do jornalismo abrangendo a sintaxe, o vocabulário, voz ativa, descrição detalhada, precisão do pormenor.

Como explica Nelson Traquina, este “saber de narração” permite aos jornalistas encaixar novas situações em velhas definições. Os jornalistas recorrem a estruturas narrativas determinadas, consoante o tipo de estória que têm em mãos. As notícias sobre crimes têm uma determinada estrutura narrativa, tal como as notícias que abordam escândalos. São estes velhos “esqueletos” que os jornalistas revestem com a carne da nova estória. (2005b:43)

A constatação da preponderância do material de agência como “matéria-prima” na redação do jornal suscitou-nos uma breve problematização quanto à descrição que acabamos de fazer dos três saberes que estão associados ao profissionalismo.

Em consequência do serviço constante fornecido pelas agências de informação, parece-nos cada vez menos evidente que um iniciante no ofício da informação diária adquira estes saberes em pleno, ou seja, que ganhe desenvoltura no *fazer* notícias e não apenas no seu reajustamento para uma retransmissão. Recuperando a experiência adquirida durante o estágio, raras foram as oportunidades para por em prática os saberes indicados pelo autor da forma como ele os expõe. Há que admitir que foram adquiridos certos saberes que podem ser considerados como saberes de reconhecimento, de procedimento e de narração. Seria abusivo afirmar o contrário. No entanto, os saberes ganhos no estágio parecem-nos adquirir um carácter parcial relativamente àqueles apresentados por Nelson Traquina.

³⁰ Expressão usada por Nelson Traquina.

O *reconhecimento* das notícias entre o conjunto dos eventos do quotidiano é feito, em maior medida, pelas agências. O *reconhecimento* que os jornalistas fazem habitualmente não incide sobre os eventos, mas sobre notícias. No nosso entender, o mítico “faro para a notícia” tem uma expressão cada vez menor entre os jornalistas da imprensa diária, principalmente aqueles com menor autonomia dentro da organização, ou seja, mais dependentes da rotina produtiva. A sua função não é tanto a de reconhecer os valores-notícia tradicionais da teoria do jornalismo nos eventos e de os aplicar, pois esses estão garantidamente presentes na matéria-prima que lhes chega, mas antes reconhecer quais os tópicos ou temas que lhes cabem individualmente, de acordo com o seu lugar na organização (por exemplo, a secção para que escrevem). Trata-se de perceber, em primeiro lugar, “o que nos é atribuível?” e, em segundo lugar, “o que é adequado ao perfil do jornal?”.

O *saber de procedimento* de que nos fala Traquina revela-se também redundante, já que o material de agência (o grosso da matéria-prima) já apresenta os dados necessários à notícia, dados, em princípio, verificados. No nosso caso, os procedimentos apreendidos prendem-se mais com a necessidade de aprofundamento de certas estórias, com a busca de pormenores complementares. Mesmo esta necessidade acaba por reforçar o recurso sistemático às fontes de rotina, aquelas capazes de fornecer a informação, em princípio, dentro da deadline e com relativa fiabilidade.

No que tem a ver com o *saber de narração*, perante o material já estruturado impõe-se apenas a necessidade de reajustar o texto de acordo com o espaço disponível e os hábitos estilísticos do jornal. Ainda assim, o conhecimento prático das estruturas narrativas revela-se útil, por exemplo, quando é necessário desenvolver ou complementar uma determinada estória.

Existem, no entanto, vários ângulos pelos quais pode ser vista a questão do profissionalismo. Para alguns autores a ideologia do profissionalismo esconde um outro objetivo de controlo, não tão explícito quanto aquele mais diretamente relacionado com a gestão do tempo e do ciclo produtivo por parte dos jornalistas. Jorge Pedro Sousa apresenta a perspectiva de John Soloski, para quem o profissionalismo (em interação com as políticas editoriais) seria um método económico e eficiente de controlo do comportamento e do trabalho dos jornalistas por parte das organizações noticiosas.

(Soloski, 1989, 1993 *apud* Sousa, 1999:62) Nesta perspectiva, a ideologia do profissionalismo serviria os interesses da organização e poupá-la-ia à responsabilidade de imaginar mecanismos de controlo.³¹

Tal como refere Sousa, para Soloski aspetos como o tipo de trabalho e a escolha dos clientes estão geralmente fora do controlo dos jornalistas. O comportamento dos jornalistas seria controlado pelo profissionalismo através dos padrões e normas de comportamento (como por exemplo a política editorial), não necessariamente escritas, e de recompensas como a progressão na carreira, salários, compensações financeiras, entre outras. Ou seja, “*um sistema de recompensas*” que funciona num “*sistema padronizado e muitas vezes normativo*.” (1999:63)

As normas predominantes do profissionalismo jornalístico são parte integrante de uma *estrutura de referência*. Tal não quer dizer que os jornalistas estejam “coagidos”. No entanto, todas as alterações e divergências entre os “*news judgement*” dos jornalistas ocorrem sempre dentro dessa *estrutura de referência*. Nas palavras de Jorge Pedro Sousa:

Assim sendo, a seleção de acontecimentos e de fontes decorreria “naturalmente” do profissionalismo jornalístico: as notícias não seriam, geralmente, narradas sob uma perspectiva conscientemente ideológica, embora sejam ideológicas enquanto entidades contributivas para a manutenção do statu quo. (1999:63)

Dada a complexidade das questões que aqui tentámos sistematizar, consideramos que a estrutura de fontes dos órgãos de comunicação, as rotinas produtivas, a organização do trabalho e a socialização profissional dos jornalistas na redação são fatores que se inter-relacionam de tal forma que se torna difícil, senão impossível, estabelecer uma ordem linear de causas e consequências entre eles. Acreditamos, contudo, que se trata de um

³¹ Soloski, citado por Sousa, relaciona os três “saberes” definidos por Ericson *et al* com a problemática do jornalismo enquanto profissão. Para o autor, a ideologia do profissionalismo resulta da necessidade do jornalismo, enquanto *profissão*, de controlar a sua base cognitiva, tendo para tal que satisfazer duas condições: 1) *que um conjunto de conhecimentos esotéricos e suficientemente estáveis relativamente à tarefa profissional seja ministrado por todos os profissionais* e 2) *que o público aceite os profissionais como sendo os únicos capazes de fornecer os serviços profissionais*.

estado de coisas complexo, ainda que não nos tenha sido possível esquadrihar com exatidão a totalidade da sua estrutura.

Aquilo que podemos afirmar é que todos estes fatores parecem apoiar-se mutuamente na manutenção do atual paradigma de produção da informação. O progressivo estreitamento dos canais de recolha de informação, resultante das rotinas profissionais das organizações jornalísticas burocráticas, introduziu deformações nas estruturas de fontes, que são reforçadas pelas deformações resultantes da organização do trabalho e da aprendizagem e socialização profissionais. Dado este efeito de espiral, parece-nos que as rotinas produtivas das redações têm evoluído num sentido que acaba por reforçar o seu impacto na produção da informação e na autonomia dos jornalistas em relação ao seu trabalho.

Reconhecemos que as rotinas produtivas tanto permitem como limitam a produção da informação noticiosa. Limitam-na na medida em que fazem dela uma atividade burocrática, com todas as consequências que isso traz para as funções sociais da atividade. Deixam o jornalismo dependente dos canais de rotina, o que leva à institucionalização de determinadas fontes, ao recurso frequente à informação de agência em detrimento da produção própria e à impossibilidade de prescindir destas fontes de rotina. Em certa medida, da distorção da estrutura de fontes resulta também uma distorção da informação enquanto suposta representação da realidade e uma tendência para a homogeneidade do produto jornalístico dos vários meios. Permitem-na porque a operacionalizam e otimizam de acordo com as exigências profissionais e organizativas, tornando-a fazível. Como observa Jorge Pedro Sousa:

[...] só burocracias podem garantir ao 'jornalismo burocrático' fluxos constantes de matéria-prima informativa garantida e minimamente credível, pelo que os órgãos jornalísticos, face à pressão do tempo e devido à escassez relativa de recursos humanos, vão preferir fontes acessíveis, com horários compatíveis, centralizadas e sistemáticas, de onde o privilégio outorgado às instâncias [...] suscetíveis de garantir o fornecimento constante de 'acontecimentos', nem que seja o lançamento de comunicados. (Sousa, 1999:27)

Confrontada a nossa experiência profissional com a literatura sobre os processos produtivos da informação, parece-nos que, no contexto de uma organização burocrática,

a autonomia do jornalista enquanto *indivíduo* é tanto mais reduzida quanto é aumentada a sua autonomia enquanto *funcionário*.

Conclusão

Começámos esta exposição procurando esboçar um enquadramento teórico suficientemente abrangente, no sentido de delimitar epistemologicamente as impressões e os problemas que o estágio nos suscitou. Para isso, procurámos desenhar uma perspectiva geral sobre as rotinas produtivas das organizações jornalísticas, baseando-nos nas perspectivas de autores como Mauro Wolf, Jorge Pedro Sousa e Gaye Tuchman. Partindo deste enquadramento, procurámos confluir progressivamente para as questões particulares, dentro dessas rotinas, que consideramos mais sensíveis e representativas das impressões que recolhemos do estágio. Assim se entrou no domínio das fontes jornalísticas. Tanto através da prática como da teoria, ficámos a compreender que toda a organização jornalística mantém uma estrutura de fontes, constituída pelas fontes estáveis de rotina, para responder às necessidades produtivas da informação. Compreende-se que, em função do modelo produtivo dominante, os jornalistas contactam sistematicamente com um número limitado de fontes, todas do mesmo tipo – fontes oficiais e agências de notícias.

Traçada uma perspectiva histórica do desenvolvimento das agências de notícias no contexto nacional e internacional, na procura de entender que lugar ocupam e como operam na “paisagem” jornalística, chegámos à conclusão de que a evolução do jornalismo de massas tem andado a par com a tendência das organizações jornalísticas para a centralização das fontes de informação e que o aparecimento e consolidação das agências de notícias na paisagem jornalística são um dos resultados dessa tendência. Então, podemos considerar que as agências se desenvolveram para responder às necessidades produtivas das redações e suas rotinas, ao mesmo tempo que a sua consolidação na rede jornalística gerou, ela própria, as rotinas adaptadas que hoje temos nas redações, que se foram moldando à ação mediadora das agências. Então, somos levados a admitir que, por um lado, as atuais rotinas constroem o jornalismo e os jornalistas mas que, por outro lado, só com estas rotinas é possível assegurar a produção das notícias no contexto das atuais estruturas burocratizadas.

A questão fundamental que se coloca quanto a estas rotinas, adaptadas à estrutura de fontes estáveis de cada órgão jornalístico, é a interdependência que se verifica entre as fases de recolha e de estruturação do material noticioso, com as fontes a fornecer constantemente às redações material facilmente inserível nos seus procedimentos

produtivos. É neste contexto que se compreende a crescente tendência das redações atuais para a prática daquilo que Johnston e Forde sugestivamente referem como “*churnalism*”. O resultado mais evidente de tudo isto parece ser a transformação das redações em estruturas passivas e cada vez mais dependentes das suas fontes de rotina.

Tendo em conta os vários dados e perspectivas que fomos recolhendo sobre a questão das agências de notícias, arriscamos concluir que estas vieram introduzir um efeito de espiral nas dinâmicas produtivas da informação. As agências vieram proporcionar um maior número e variedade de notícias aos meios de comunicação, o que lhes trouxe um público mais vasto e diversificado. Ora, um público mais vasto e diversificado pede aos meios de comunicação um maior volume de notícias e mais diversificadas, o que, em última análise, acaba por reforçar a preponderância das agências.

Muito se tem falado sobre a evolução dos meios de comunicação e informação e das alterações que tal evolução parece ter introduzido nas dinâmicas comunicacionais contemporâneas. O que aqui constatamos, no entanto, é que o paradigma da produção de notícias implementado com o jornalismo moderno de finais do século XIX e início do século XX parece não ter sido afetado, no essencial, pelo avanço técnico das redações e dos meios quanto aos métodos de recolha de informação. A fase de recolha não só continua a depender em grande medida de estruturas de fontes bastante limitadas, nas quais as agências de notícias se mantêm à cabeça, como essa dependência tem sido intensificada, em grande medida, pela tendência dominante do jornalismo *online*. As indicações dos estudos de Johnston e Forde que expusemos confirmaram a nossa intuição inicial acerca da utilização que vem a ser feita dos conteúdos das agências de notícias, contribuíram para a compreensão desta tendência das organizações como um problema global e para alertar sobre as suas consequências para a diversidade jornalística e para a democracia.

A experiência que tivemos durante estágio causou uma dissonância entre a nossa identidade, ideais e valores, por um lado, e, por outro, a identidade que construímos enquanto profissionais de uma organização. Baseando-nos na Teoria Organizacional de Warren Breed procurámos compreender e minimizar esta dissonância à luz da ação socializadora das redações sobre os jornalistas. Consideramos que a sistematização de Breed, embora mais orientada para a política editorial, se adequa plenamente à compreensão da conduta dos jornalistas no contexto das rotinas produtivas que

abordámos. Então ficámos a compreender que existem processos que levam os jornalistas a conformar-se com as rotinas produtivas das organizações que integram, independentemente das suas crenças e valores pessoais. Em suma, a perspetiva de Breed contribuiu para enquadrar a conduta dos jornalistas no contexto da ação socio-organizacional que sobre eles se exerce. Não pudemos deixar de esboçar, ainda que ao de leve, uma aproximação socioeconómica à abordagem organizacional, já que se trata de um fator igualmente importante para a compreensão das organizações. Como vimos, tanto a estrutura de fontes dos órgãos de comunicação como as rotinas produtivas das redações, passando pela organização do trabalho e mesmo pela socialização profissional dos jornalistas, são influenciadas pelo contexto socioeconómico em que se inserem as organizações jornalísticas. Embora não pretendamos desresponsabilizar os jornalistas pela sua conduta individual, entendemos que uma grande parte dos problemas que hoje atingem a produção da informação tem que ser entendida no contexto das organizações e da ação socio-organizacional que se exerce sobre os jornalistas. Por sua vez, a socialização, a aculturação e o profissionalismo implicam os jornalistas na lógica produtiva da organização e geram o conformismo com o “modo de fazer” aí estabelecido.

Bibliografia

BREED, Warren “Social Control in the Newsroom: A Functional Analysis” in *Social Forces*, Vol. 33, N° 4 (May 1955), pp. 326-335. [Em linha] Disponível em: <http://www.jstor.org/stable/2573002> [Consultado em 10/04/2013]

JOHNSTON, Jane; FORDE, Susan “Not wrong for long: The role and penetration of news wire agencies in the 24/7 news landscape”, in *Global Media Journal* (Australian edition), vol. 3, No.2 (2009), pp. 1-16. [Em linha] Disponível em http://www.commarts.uws.edu.au/gmjau/v3_2009_2/pdf/Johnson%20and%20Forde%20GMJ%20V3-2%202009.pdf [Consultado em 27/05/2013]

JOHNSTON, Jane; FORDE, Susan “The silent partner: News agencies and 21st century news”, in *International Journal of Communication* 5 (2011), pp. 195-214. [Em linha] Disponível em http://www98.griffith.edu.au/dspace/bitstream/handle/10072/44988/75149_1.pdf?sequence=1 [Consultado em 27/05/2013]

LOPES, Ana (2006) Constrangimentos organizacionais da prática jornalística [Em linha] Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopes-ana-constrangimentos-organizacionais.pdf> [Consultado em 28/02/2013]

MOREIRA, Tiago (2011) As agências noticiosas como fonte no jornalismo online generalista [Em linha] Disponível em http://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/1978/1/DM_15642.pdf [Consultado em 30/05/2013]

SILVA, Sónia (2002) Contributo para uma História das Agências Noticiosas Portuguesas [Em linha] Disponível em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/silva-sonia-agencias-noticiosas-portugal.pdf> [Consultado em 18/06/2013]

SOUSA, Jorge Pedro (1999) *As notícias e seus efeitos. As teorias do jornalismo e dos efeitos sociais dos media jornalísticos*, Lisboa: Universidade Fernando Pessoa.

SOUSA, Jorge Pedro (2008) *Uma história breve do jornalismo no ocidente*, Universidade Fernando Pessoa. [Em linha] Disponível em

<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-uma-historia-breve-do-jornalismo-no-ocidente.pdf> [Consultado em 14/03/2013]

TRAQUINA, Nelson (2005a) *Teorias do Jornalismo, Volume I: Porque as notícias são como são*, Florianópolis: Insular.

TRAQUINA, Nelson (2005b) *Teorias do Jornalismo, Volume II: A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional*, Florianópolis: Insular.

TUCHMAN, Gaye “Making News by Doing Work: Routinizing the Unexpected”, in *American Journal of Sociology*, vol. 79, No.1 (July, 1973), pp. 110-131. [Em linha] Disponível em <http://www.jstor.org/discover/10.2307/2776714?uid=379480523&uid=2134&uid=2&uid=70&uid=3&uid=60&sid=21102627473753> [Consultado em 12/04/2013]

TUCHMAN, Gaye (1978) *Making News. A study in the construction of reality*, New York: The Free Press.

WOLF, Mauro (1987) *Teorias da Comunicação*, Lisboa: Editorial Presença.