

## Comunicação Pública

Vol.13 nº 24 | 2018  
Número não temático

---

Matos, José Nuno, Baptista, Carla e Subtil, Filipa (orgs.) (2017). *A Crise do Jornalismo em Portugal*. Lisboa: Le Monde Diplomatique e Deriva Editores. (192 páginas). ISBN 978-989-9701-26-8.

Joana Ramalho

---



### Edição electrónica

URL: <http://journals.openedition.org/cp/2187>  
ISSN: 2183-2269

### Editora

Escola Superior de Comunicação Social

---

Este documento foi criado de forma automática no dia 8 Junho 2018.

---

Matos, José Nuno, Baptista, Carla e Subtil, Filipa (orgs.) (2017). *A Crise do Jornalismo em Portugal*. Lisboa: Le Monde Diplomatique e Deriva Editores.(192 páginas). ISBN 978-989-9701-26-8.

Joana Ramalho

---

## REFERÊNCIA

Matos, José Nuno, Baptista, Carla e Subtil, Filipa (orgs.) (2017). *A Crise do Jornalismo em Portugal*. Lisboa: Le Monde Diplomatique e Deriva Editores, 192 páginas, ISBN 978-989-9701-26-8

- 1 A edição portuguesa do *Le Monde Diplomatique* tem vindo a trazer à estampa livros sobre a atualidade política, económica e social. *A Crise do Jornalismo em Portugal* reúne um conjunto de artigos de profissionais e académicos da área do jornalismo e dos *media* e, a alguns previamente publicados no periódico, acrescenta uns quantos inéditos. Mas, mais do que a maior ou menor novidade dos textos, é de destacar a franca atualidade dos mesmos. O livro anuncia-se, nas primeiras linhas da introdução, como “um conjunto plural de olhares que tem em comum a reflexão sobre a crise atual do jornalismo” (p. 9). E a crise do jornalismo – já anunciada, convém lembrar, nos anos 20 do século passado, por Walter Lippmann – é um tópico que, apesar de recorrente na academia e na opinião pública na última década, permanece como fulcral para a discussão sobre a atualidade dos *media*.
- 2 Se é verdade que o livro reúne uma pluralidade de visões, há nelas um acordo de fundo quanto à existência de uma crise do (ou no) jornalismo. São visões plurais, sim, mas que se

unem na distância que têm de outras, cada vez mais habituais, como as que afirmam que vivemos apenas a crise de um determinado tipo de jornalismo, ou de uma forma de fazer jornalismo, ou as que contestam a existência sequer de crise, pelo menos na aceção mais pejorativa do termo. Em qualquer destes casos, tende a vingar um otimismo sustentado no destacar das inúmeras ‘oportunidades’ trazidas pela digitalização, nomeadamente o alargamento do público – visto como fileiras de consumidores-utilizadores cada vez mais exigentes –, a capacidade de interagir com esse mesmo público – cujas necessidades são estimadas com base em métricas – e de o satisfazer, ou as potencialidades multimédia das novas formas de produção e apresentação da informação.

- 3 Longe desse otimismo parecem estar os organizadores do livro, que têm vindo a desenvolver investigação no campo das ciências sociais, com particular enfoque nos estudos da comunicação e em temáticas que cruzam *media*, jornalismo, política, trabalho e desigualdades. O ponto de vista de José Nuno Matos, Carla Baptista e Filipa Subtil, largamente confirmado pela escolha e organização que fizeram das contribuições que compõem o volume, é de que a crise do jornalismo em Portugal, mais do que conjuntural, é estrutural, ou pelo menos “tem aspetos estruturais”, delineando “um quadro pouco esperançoso” – palavras que optaram por imprimir na contracapa.
- 4 Para dar conta desse quadro ao leitor, ou de alguns dos seus traços determinantes, o livro foi disposto em quatro grandes blocos. O primeiro (e maior), sobre a definição da agenda dos *media*, reúne seis textos que convergem para a ideia de que a construção e reconstrução mediática de narrativas hegemónicas, como identificadas por Antonio Gramsci, levam à fabricação de consensos (ou pseudo-consensos) – o filósofo marxista é referido explicitamente tanto por José Rebelo como por Castro Caldas e Ramos de Almeida (e adiante por Frederico Pinheiro), mas ideias afins atravessam vários outros textos. Os *media* são desde logo apresentados enquanto “dispositivos de naturalização” de um discurso homogéneo e pouco inquisitivo sobre a génese e as consequências da crise económica e financeira iniciada em 2008, apesar de Rebelo ainda neles conseguir reconhecer um “lugar de confrontação” (p. 25). É precisamente desde o começo da crise que a hegemonia do discurso tem implicado, em cada momento, o alinhamento de comentadores e jornalistas, em particular na área da política e da economia – o “afinar pelo mesmo diapasão”, nas palavras de Pedro Cerejo –, mas também a contradição interna ao longo do tempo. Cerejo salienta, e bem, a falta de “discursos fundados e contraditórios relativamente representativos do universo da sociedade portuguesa” (p. 42).
- 5 Ainda sobre o fechamento narrativo dos *media*, o jornalista José Goulão traz-nos o exemplo da visão única que estes transmitem acerca do terrorismo e que subtrai à opinião pública o conhecimento de “importantes variantes” ao “terrorismo islâmico” (pp. 49-50). Apesar de o autor não o referir, poderíamos fazer o paralelo com a atualização do modelo da propaganda que Chomsky e Herman avançaram, substituindo o anti-comunismo da Guerra Fria por um outro discurso hegemónico: o da islamofobia. Interessante é também o olhar sobre o mesmo fenómeno que nos é dado por Jacinto Godinho, outro jornalista, que nos mostra o “eco global” que os *media* fazem do “espetáculo do terror” (pp. 62-63), não apenas do terrorismo islâmico mas também de outros *corredores de amoque*, como os dos massacres em escolas americanas. Exemplo distinto do escasso questionamento e variedade temática dos *media* é encontrado por Carla Baptista no jornalismo cultural que, apesar de ir resistindo (com dificuldade) ao paradigma informativo assente em lógicas economicistas, é cada vez mais ‘consensual’. No entanto, é este um dos (poucos) campos em que o jornalismo de referência e o jornalismo popular se continuam a distinguir.

- 6 É justamente sobre a indistinção de fronteiras que o segundo grande bloco do livro se detém. Na definição da agenda, influem, aponta Frederico Pinheiro, não só os ‘clássicos’ valores-notícia e a interação social (dos jornalistas com as fontes), mas também a organização empresarial dos *media*, e sobretudo a dependência de determinados interesses económicos e financeiros, e as relações de poder assimétricas dentro das redações. É, por exemplo, através da preocupação com a geração de receitas, a angariação de publicidade e a captação de audiências – mormente por parte de chefias editoriais e executivas – que algumas das linhas definidoras do que tradicionalmente constitui o *ethos* da profissão de jornalista se poderão estar a esbater.
- 7 Aos vários fatores que Pinheiro aponta como podendo limitar a capacidade de influência da agenda por parte dos jornalistas, podemos acrescentar as pressões exercidas por agências de publicidade, de relações públicas e de comunicação, que Vasco Ribeiro anuncia. Interessante é o facto de este dizer que a ‘ameaça’ surge de parte a parte, o que apenas reforça a tese da diluição das fronteiras – vale a pena referir que o autor, além de académico, tem trabalhado também na área da assessoria.
- 8 Não é apenas nas “disputas” com profissionais de áreas contíguas, como as referidas atrás, que Joaquim Fidalgo refere que “os jornalistas perderam o monopólio da recolha, tratamento e divulgação de informação sobre a atualidade no espaço público” (p.104). Para além de publicitários, relações públicas ou assessores, também cidadãos comuns – os jornalistas amadores, por exemplo – entram agora na esfera que era tradicionalmente a dos jornalistas. Mas também conteúdos e géneros se diluem nos ‘produtos’ informativos – do *infotainment* aos *advertorials* –, constituindo-se como outro dos desafios que Fidalgo aponta a alguns dos valores centrais da identidade jornalística, como “o rigor informativo, o escrupulo ético e a responsabilidade” (p. 111).
- 9 Ao terceiro bloco de textos sobre género e jornalismo podemos juntar os dois primeiros textos do quarto bloco sobre questões laborais, uma vez que a palavra-chave a todos comum poderia ser ‘desigualdades’. Carla Martins refere que, apesar das desigualdades de género serem ainda significativas na sociedade portuguesa, não ocupam lugar de destaque na agenda mediática. Tanto o texto de Martins, como o segundo texto de Carla Baptista e ainda o de Filipa Subtil e Maria João Silveirinha – que tem o mérito de traçar a história da feminização do jornalismo nacional desde a década de 70 – remetem para uma das ideias centrais que vimos atrás: a de um espaço mediático dominado por narrativas hegemónicas, determinadas por aqueles que se encontram em posições de poder dentro da indústria dos *media*. A menorização das desigualdades de género no espaço público pode ser justificada pelo facto de as mulheres jornalistas serem, como realçam Subtil e Silveirinha, mais afetadas do que os seus congéneres masculinos pelas atuais condições de precarização e desprofissionalização da profissão. As autoras destacam que o processo de digitalização potencia esse desequilíbrio, idêntico ao que Liliana Pacheco identifica nas camadas mais jovens de jornalistas. É também um exemplo do quadro geral de precarização da profissão que José Nuno Matos nos dá ao descrever o episódio (risível, não fosse o contexto) do plenário organizado pelo grupo Newshold na sequência da sua retirada dos jornais *Sol* e *i*.
- 10 Na reta final do volume, parece-nos fazer sentido destacar as anotações de José Luís Garcia e Sara Meireles. Apesar de ser variável o grau de circunscrição dos textos anteriores a facetas particulares do grande retrato da atualidade dos *media*, este texto em concreto procura abranger a amplitude desse mesmo retrato. A “tecno-mercantilização da informação”, que dizem “ameaçar” o jornalismo, assenta em mudanças estruturais

ocorridas nas últimas décadas do século XX ao nível da economia e da tecnologia, que contribuíram para um “processo de desarrumação profunda dos *media* e do jornalismo atravessado por novas condições (e entendimentos) da produção informativa, bem como diferentes lógicas de distribuição e recepção” (pp. 159-160). Neste “novo ecossistema comunicacional”, as empresas de *media* convivem com gigantes conglomerados transnacionais e organizam-se em redações multimédia, centradas no digital, onde se pratica um jornalismo que, mais do que notícias, produz ‘conteúdos informativos’ voltados para o mercado e as audiências (agora *prosumers*).

- 11 Por último, os dois derradeiros textos do livro concorrem para o ponto conclusivo da nossa recensão. Desde logo, Carlos Camponez assinala um “estado de letargia do jornalismo para se pensar a si” (p. 161). O último Congresso dos Jornalistas decorreu quase duas décadas depois do que lhe antecedeu, mas será que significa um renovado estado de alerta para a necessidade de um debate profundo sobre o futuro da profissão, os seus valores, responsabilidades e funções sociais (e enquadramento normativo)? Quase que em jeito de resposta, Sandra Monteiro aponta que a crise económica e financeira, iniciada em 2007-2008, se potenciou a há muito anunciada crise do jornalismo, também o fez com a discussão e reflexão crítica dentro do grupo profissional.
- 12 Como referido nas primeiras linhas desta recensão, este volume reúne textos de académicos (professores e investigadores universitários) e de profissionais da área do jornalismo e dos *media*. Alguns dos autores acumulam ocupações. Outros foram, mas já não são, jornalistas. Ter aqueles que se encontram mais próximos da atividade jornalística e do meio onde esta se desenrola a desenvolver uma reflexão crítica é, a meu ver, fundamental para compreender – e combater – os desafios com que a profissão se depara. Essa é uma das mais-valias deste livro. De facto, trata-se do retomar de uma componente crítica e reflexiva inerente ao próprio *ethos* jornalístico que demasiadas vezes tem sido subsumida pela voracidade da atual ecologia mediática. Pensar o jornalismo e os *media* deve ser tarefa não apenas da academia mas também dos jornalistas. E estes têm – deveriam ter – um papel fundamental no despertar dessa discussão na opinião pública.
- 13 Se a crise do jornalismo indicia, como muitos afirmam, a crise da democracia – mesmo que a realidade não seja tão simples como o postulado feliz de James Carey, segundo o qual jornalismo e democracia são realidades que não podem existir uma sem a outra –, os jornalistas devem chamar os cidadãos-eleitores à reflexão e ao debate. A diretora do *Le Monde Diplomatique* escreve que “a informação é um bem comum e um direito”, que o papel do jornalismo é “essencial para a qualidade e pluralidade dos regimes democráticos” e que “jornalistas e cidadãos têm papéis diferentes, mas complementares, na defesa da informação e do direito à informação” (pp. 182-183). E os dezassete textos (dezoito, com a introdução), todos suficientemente concisos e inteligíveis, podem ser lidos de forma isolada ou aleatória, ou como a coleção coerente que formam, contribuindo, tanto numa leitura como na outra, para que, não apenas profissionais, docentes, investigadores e estudantes de jornalismo, mas também cidadãos em geral, melhor possam perceber o retrato atual – ou, pelo menos, um dos retratos possíveis, e acertados – do campo dos *media* e do jornalismo em Portugal. Porque, e regressamos às palavras que os organizadores elegeram para a contracapa, “a esperança se alimenta de um debate aberto e informado”.

---

## AUTORES

### JOANA RAMALHO

UNIDCOM/IADE - Unidade de Investigação em Design e Comunicação

IADE - Faculdade de Design, Tecnologia e Comunicação, Universidade Europeia

Av. D. Carlos I, 4

1200-649 Lisboa

[joana.ramalho@universidadeeuropeia.pt](mailto:joana.ramalho@universidadeeuropeia.pt)