

Comunicação Política e ONG: o lugar do Jornalismo

Political Communication and NGOs: the place of Journalism

Pedro Pereira Neto*, Cláudia Lamy**

*ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa & Escola Superior de Comunicação Social-IPL, Lisboa

**CIES-IUL - Centro de Investigação e Estudos de Sociologia & ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa.

Resumo

O Jornalismo constitui, como sabemos, um fenómeno social cujas características decorrem da sociedade em que se inscreve. Por outro lado, os media não apenas constituem o meio através do qual a maioria dos cidadãos estabelece contacto com a realidade não fisicamente experienciável mas foi também capacitada por ela que se desenvolveu uma opinião pública informada. Conhece-lo implica, necessariamente, correlacioná-lo com o sistema social em que está inserido, incluindo a paisagem económico-política em que se encontra.

Uma dimensão essencial na valorização da classe profissional prende-se com a sua literacia profissional ou, no caso específico deste trabalho, literacia ambiental, fruto de um processo de educação da atenção, atributos constitutivos das relações estabelecidas num determinado contexto. A essa dimensão é chamada uma outra, jogada na importância das fontes, com a qual a classe estabelece uma relação simbiótica de interdependência.

A partir de dados provenientes de seis entrevistas conduzidas ao (reduzido) elenco de jornalistas de Ambiente nos principais meios de comunicação escrita no país, é problematizado neste trabalho o lugar da/o jornalista, encontrada/o entre condições de exercício da profissão decorrentes de mutações nas redacções e um conjunto de interações negociadas com fontes de cuja agenda se constituem amplificadores.

Palavras-chave: Comunicação, Jornalismo, Media, Ambiente, ONG, Política

Abstract

Journalism is, as we know, a social phenomenon whose characteristics derive from the society in which it exists. On the other hand, the media not only constitute the means through which the majority of citizens establish contact with the non-physically experiential reality, but it was also enabled by it that an informed public opinion developed. Knowing it necessarily implies correlating it with the social system in which it is inserted, including the economic-political landscape in which it operates.

An essential dimension in the valorization of this professional class is related to its specific literacy or, in the case of this work, its environmental literacy, the result of a process of education of the attention, constitutive attributes of the relations established in a given context. To this dimension is called another, played in the importance of the sources, with which the class establishes a symbiotic relation of interdependence.

Based on data from interviews conducted to the (reduced) number of Environment journalists in the main print media in Portugal, in a sample of 6 individuals, the work of the journalist is analyzed in this work, found among conditions of practice of the profession due to changes in the editorial staff and a set of interactions negotiated with sources of whose agenda they become amplifiers.

Keywords: Communication, Journalism, Media, Environment, NGO, Politics, Sociology

Submitted: 16th May 2018

Accepted: 20th November 2018

Introdução

O Jornalismo constitui, como sabemos, uma prática cujas características, designadamente o seu respectivo conteúdo e grau de exercício de liberdade de expressão, decorrem da sociedade em que se inscreve. Exemplo paradigmático do Jornalismo, os jornais constituem um dos media mais antigos, tendo sido neles que a profissão jornalista se estabeleceu e consolidou. Por outro lado, mantêm-se como um dos meios através dos quais cidadãos e cidadãs estabelecem contacto com a realidade não fisicamente experienciável, conferindo-lhes visibilidade e incluindo-os na agenda política, tendo contribuído para o desenvolvimento de uma opinião pública informada.

Sobre esta actividade e respectivo papel diversos factores de mudança se fazem sentir, de entre os quais devem ser destacados aqueles de natureza económica, em opções de ajustamento e adaptação ao contexto de mercado, e as respectivas consequências sobre as redacções, designadamente ao nível do perfil da classe que nelas desenvolve a sua profissão e das condições em que pode ser desenvolvida. Como afirmado há mais de década e meia, numa caracterização que ainda hoje encontra eco, «(...) para uma análise do sistema mediático é sempre indispensável correlacioná-lo com o sistema social em que está inserido. (...) a sua leitura não é possível descontextualizada da paisagem económico-política» (AAVV, 2002: 62).

Desde a década de 80 que assistimos a sucessivos processos de concentração económica no sector dos media, suscitando o surgimento dos grupos de cada vez maior dimensão, ancorados na entrada de entidades financeiras (dada a necessidade contínua de capital e a potencial rentabilidade que estes últimos apresentam), com consequente introdução de uma racionalidade económica muitas vezes estranha aos valores pelos quais se orienta a condução da actividade profissional jornalística diária (AAVV, 2002: 86-90). São tendências gerais deste período, entre outras, a vitalidade editorial das publicações de carácter popular ou temático, a contracção do consumo da Imprensa generalista, a ascensão relativa do infotimento, e a progressão da utilização de critérios de rentabilidade por contraste aos de objectividade noticiosa, com consequente pressão sobre a/o jornalista. Daí que a sobrevivência dos media não decorra da qualidade do Jornalismo praticado mas, cada vez mais, do seu quadro empresarial, sendo a adaptação das rotinas de produção de conteúdos aos tipos de consumo determinada maioritariamente pelo seu custo, a que não é estranho o facto de não serem as notícias a gerar directamente as receitas mas, muitas vezes, a rentabilização da sua audiência (REGAN, 2000: 8/9; MENSING, 1998: 2-5; WEIR, 2000: 37).

Refém destes processos, o desempenho e valorização da classe profissional tenta manter-se fundado na sua literacia profissional – ou, como veremos no caso específico deste trabalho, ambiental (Carvalho, Steil, 2009) –, conjunto de preceitos de representação e de conduta que remontam à fenomenologia da percepção (Merleau-Ponty, 1968 e 1971). Como tal, deve ser destacada a aprendizagem / literacia enquanto fruto de um processo de educação da atenção, atributos constitutivos das relações estabelecidas num determinado campo: não apenas a aquisição de um esquema mental para construí-lo, mas a aquisição de competências para o envolvimento com os seus elementos constitutivos (Ingold, 2000).

A essa dimensão é chamada uma outra, a da importância das fontes, credora de abordagens da mais diversa natureza. Essenciais na produção de conteúdos noticiosos, as fontes agem fornecendo conteúdos a jornalistas, segundo estratégias de promoção dos seus interesses ou conhecimentos. Enquanto participante da recolha de informações, estabelecem com jornalistas uma relação simbiótica de

interdependência decisiva para a formação de um clima de confiança (Taquina, 2002: 116) que, por sua vez, não apenas contribui para a literacia da classe profissional mas para a valorização (em sede de valor-notícia) de determinadas matérias.

Assim sendo, a partir de dados provenientes de entrevistas conduzidas a jornalistas de Ambiente, é problematizado neste trabalho o lugar da/o jornalista, encontrada/o entre condições de exercício da profissão decorrentes de mudanças nas redações e um conjunto de interações negociadas com fontes de cuja agenda se constituem amplificadoras/es.

Método

Uma dimensão de análise aborda o enquadramento estratégico orçamental das instituições mediáticas a considerar, designadamente o modo como os respectivos recursos orçamentais se traduzem em condicionalismos projectados sobre o figurino de recursos humanos. São componentes desta dimensão as estratégias de alocação de profissionais, bem como a consideração do modo como certos temas são representados como sendo tributários desses recursos.

Uma outra dimensão aponta para a dinâmica de relacionamento ele-próprio estabelecido entre media e fontes, no caso deste trabalho, de natureza ambiental, quer na sua componente institucional, quer na sua componente pessoal e personalizada. Neste particular são consideradas sub-componentes como as a representação da pré-formatação de conteúdos, a par da representação mútua mantida por ambos os perfis de profissionais envolvidos.

Quanto ao objecto empírico, a opção por media apontaria à partida para aqueles de expansão nacional, em virtude de constituírem palcos de mediação mais ou menos generalizada no espaço territorial português. No entanto, rapidamente foi visível que as transformações ocorridas no perfil das redações havia privado muitas delas de profissionais com cobertura continuada e específica de temáticas ambientais, encontrando-se já estabelecido, com maior ou menor ênfase em algumas delas, não apenas uma relativa subalternização do tema – traduzida, na sua inclusão em editoriais/secções mais abrangentes – mas a emergência de jornalistas com esse mesmo perfil de abrangência temática, não particularmente especializado nesta área. Contactados todos os media televisivos, radiofónicos e impressos de expressão nacional no país, muitos declinaram o convite precisamente por não se reconhecerem no perfil desejado.

Por esta razão, tornou-se evidente que seria sobretudo entre os media impressos que o desenvolvimento do trabalho seria possível, seja por se contarem entre os poucos que efectivamente responderam ao repto, seja por se contarem as suas redações entre as poucas onde a existência dessa/e jornalista especialista em Ambiente, verdadeira espécie em vias de extinção, existia ainda para ser entrevistada/o. Desta forma, são apenas duas as publicações onde tal jornalista existe para ser contactado e/ou está disponível para esse fim – o diário Público e o semanário Expresso.

Fundado a 6 de Janeiro de 1973, o jornal semanário *Expresso* visava a oferta em Portugal de um título segundo o modelo das publicações britânicas de qualidade editadas ao Domingo, incluindo inovações no país como um Estatuto Editorial, um Conselho de Redação eleito por jornalistas, e um Conselho Editorial. Destacam-se do primeiro auto-representações que colocam este jornal como apto para se contar entre “[...] as publicações de natureza informativa [...] independentes do poder político e do poder económico

[...]”, junto das quais “[...] os cidadãos possam [...] procurar o esclarecimento [...]”, uma vez que “[...] não pertence ao estado nem a um partido político nem a qualquer grupo económico [...]”. Por essas razões, representa a si própria como respeitando limites definidos pela “[...] deontologia de Imprensa e pela ética profissional [...]”, que lhe permitem “[...] distinguir entre as notícias [...] e opiniões [...]”, obedecendo a critérios “[...] baseados na importância efectiva de cada peça e não nas convicções ideológicas [...]”, sem “[...] alimentar qualquer tipo de sensacionalismo que ponha em perigo o jornalismo de qualidade [...]” pretendido¹. Segundo a APCT², o Expresso constitui a terceira publicação mais circulada no segmento *Informação Geral*, e a primeira entre as de publicação semanal.

Já o jornal diário *Público*, fundado por um conjunto de jornalistas anteriormente pertencentes ao jornal semanário *Expresso* e disponível pela primeira vez nas bancas a 5 de Março de 1990, pretendia constituir-se uma publicação de referência, prestígio e independência, quer ideológica, quer financeira, apostando na inovação em termos editoriais e tecnológicos, na linha de outras publicações da World Media Network³. Financiado pelo grupo Sonae, foi pioneiro na utilização de colecionáveis para fidelização da sua audiência (1992), tendo também sido das primeiras publicações portuguesas a estabelecer-se no meio online (1995). Mantém até aos dias de hoje o Estatuto Editorial com que iniciou actividade, de onde se destacam auto-representações como sendo uma publicação de “[...] informação diversificada, abrangendo os mais variados campos de actividade [...]”, “[...] sem hierarquias prévias entre os diversos sectores de actividade [...]”, “[...] orientado por critérios de rigor e criatividade editorial, sem qualquer dependência de ordem ideológica, política e económica”, numa “[...] tradição europeia de jornalismo exigente e de qualidade, recusando o sensacionalismo [...]” e participando “[...] no debate das grandes questões que se colocam à sociedade portuguesa [...]”, “[...] em sintonia com o processo de mudanças tecnológicas [...]”, que considera implicarem “[...] um jornalismo eficaz, atractivo e imaginativo [...]”⁴. Colocada perante uma insuficiente geração de receitas à luz dos seus custos, a sua Administração procedeu em 2012 a uma redução significativa do número de jornalistas na sua redacção. Segundo a APCT⁵, o *Público* constitui a oitava publicação mais circulada no segmento *Informação Geral*, e a segunda entre os chamados *quality papers* (por oposição aos chamados tablóides), logo atrás do Expresso.

A opção em sede de instrumento de pesquisa recaiu na realização presencial, com gravação em registo áudio e posterior transcrição escrita, de entrevistas não anónimas centradas, método particularmente adequado à análise a que as/os agentes sociais sujeitam as suas experiências e valores, para além de a sua profundidade permitir a abordagem de processos de acção e funcionamento de organizações (Tarrow, 1998: 193/194), mesmo reconhecendo que as percepções relativas à utilização e eficácia dos seus recursos possam, por vezes, ser sobre-estimadas (CHAPMAN, FISHER, 2000; ANDRESEN, GULBRANDSEN, 2003). Em termos de duração, as entrevistas realizadas decorreram em períodos oscilando entre 1h15 e 2h.

Já no que se refere à (exígua) amostra, seis pessoas, a opção recaiu sobre aquelas/es jornalistas com desempenho de funções nas áreas do Ambiente e/ou Ciência onde, com maior frequência, é feita a cobertura de matérias e materiais provenientes das ONGA (NETO, 2006), mediante a aplicação de um

¹ Expresso, Estatuto Editorial, <https://expresso.sapo.pt/informacao/2015-05-03-Estatuto-editorial-1>

² http://www.apct.pt/Analise_simples.php?idSegmento=2&ano=2018&ordenacao=circulacao4Bi%20DESC

³ Como o El País, Libération, Süddeutsche Zeitung, ou La Stampa.

⁴ Público, Estatuto Editorial, <https://www.publico.pt/nos/estatuto-editorial>

⁵ http://www.apct.pt/Analise_simples.php?idSegmento=2&ano=2018&ordenacao=circulacao4Bi%20DESC

guião de entrevista. De forma sucinta, e relativamente ao Expresso, foram entrevistadas/os:

- Virgílio Azevedo, Licenciado em Economia, desenvolve actividade jornalística no Expresso a partir de 1983, cobrindo diversas áreas temáticas em Ambiente depois de vários anos afecto aos assuntos de cariz assumidamente económico;
- Carla Tomás, Licenciada em Sociologia, formação que frequentou já com o exercício do jornalismo em curso, iniciou funções no Expresso em 1996, tendo abordado o Ambiente após trabalho desenvolvido na secção Internacional a partir de 2003.

Já no que diz respeito à redacção do Público, foram entrevistadas/os:

- Helena Galdes, Licenciada em Comunicação Social e Cultural, inicia funções como jornalista em 1997, colaboradora na revista do Instituto do Consumidor na área do Ambiente (consumo sustentável), estagiaria no Público em 2000, onde se manteve até hoje;
- Ricardo Garcia, Licenciado em História, entra no jornalismo no Expresso como colaborador, abordando temas genéricos, não especializados em Ambiente. A entrada no Público em 1989, com a equipa que funda a publicação, já é feita no campo temático ambiental, tendo entretanto abandonado a publicação;
- Ana Fernandes, Licenciada em Sociologia, com formação específica em Jornalismo no CenJor, inicia funções no Público pela secção Local, na qual aborda com regularidade temáticas ambientais;
- José Manuel Fernandes, Licenciado em Biologia, frequentada já enquanto jornalista (o que fez desde 1976), com desempenho de funções no Expresso nos anos 80, de onde saiu em 1989 com a equipa que fundaria o Público, onde se manteve até ao final de 2009.

Teoria

O quadro económico e o papel da gestão nas condições de produção jornalística

A prevalência dos efeitos combinados da natureza empresarial do actual sistema mediático e da normatividade e rotina jornalísticas sobre o grau de redundância e fechamento temático vigente merece, desde há muito, considerável atenção (MCCOMBS, 2009: 181). A análise do sector dos media e das práticas mais sedimentadas nos seus principais agentes aponta precisamente nesse sentido, seja por efeito da crescente integração empresarial de veículos noticiosos e plataformas técnicas, seja pela sobreposição das audiências a partir da confiança depositada numa determinada marca independentemente da plataforma por ela utilizada, seja ainda pelos efeitos da economia das limitações biológicas de tempo e de atenção junto destas audiências. A este respeito, aliás, McCombs reconhece que

«o estreito limite no tamanho da agenda pública é explicado pelos limites dos recursos do público, limites que incluem tanto o tempo como a capacidade [...]. O

limite do tamanho das agendas dos media é [...] óbvio, um limite na quantidade de espaço no jornal e uma limitada quantidade de tempo nas notícias [...]. Mesmo no caso dos sites da web, com a sua aparente capacidade ilimitada [...], o espectro da atenção do público e o tempo disponível impõem limites severos» (2009: 68).

As prioridades e interesses que movem têm, então, de compaginar-se com as prioridades das redacções e dos interesses de natureza extremamente diversa – política, económica, cultural, profissional, entre outras – que as sustentam (McQuail, 2003: 462). Que consequências sobre o modelo de redacção de hoje? Que estratégia lhe subjaz, e como afecta a acção dos jornalistas de ambiente? Para tal concorrem seis factores (Neto, 2006):

- a conjuntura de contração das receitas publicitárias, e a ausência de um modelo de negócio viável para as novas plataformas;
- a consideração destes temas pelas direcções dos media como não estruturantes dos conteúdos de um *medium* e, por essa razão, não apenas alvo de desconsideração enquanto nicho criador de vantagem competitiva mas também de alguma desafecção orçamental de meios humanos e materiais;
- a redução da dimensão das redacções, do desaparecimento de jornalista especializado substituído por jornalistas mais jovens, sem literacia ambiental;
- os efeitos sobre a agenda ambiental da acção de agentes políticos, como o Governo, mas também de outros agentes não inscritos em órgãos de poder decisório directo, como as ONGA;
- a ausência (ou subalternização) de eventos mobilizadores da atenção dos media e das populações; e
- a transformação do perfil da procura de conteúdos ambientais pelas audiências.

Uma transformação se destaca: a da redução dos seus efectivos, do tempo de produção associado a um ciclo noticioso acelerado, e a um aumento do volume individual de trabalho. Efeitos? A desvalorização do conhecimento especializado dos jornalistas de ambiente, vital para descodificar a complexidade dos temas, mas também para a sua transmissão e eficaz recepção por parte da audiência, mas também o desaparecimento do tempo de reflexão e de contacto continuado com os temas, pelo que a sua existência parece ameaçada. É, então, o profissional – o seu percurso, a sua literacia, a sua memória, o seu sentido crítico – a constituir a mais-valia das redacções de hoje: Daí que a alteração do perfil das redacções, designadamente o desaparecimento paulatino de diversos profissionais especializados e do conhecimento especializado que corporizam constitua uma perda significativa para o campo

Do anterior decorre, então, uma valorização relativizada da importância dos meios colocados à disposição do jornalista, mantendo-se intacta a importância do seu arbítrio. Não é, portanto, da ausência de meios para o exercício da profissão que depende, em primeira instância, a qualidade do jornalismo praticado e o agendamento praticável junto deste. Aliás, convidados a identificar um recurso tecnológico cuja utilização pudesse ter enriquecido a qualidade de determinada peça, os jornalistas entrevistados privilegiam os interlocutores e não tanto os meios por eles utilizados.

Representações sociais

Criado na esfera da sociologia pela mão de Durkheim, o conceito de representação coletiva conheceu a sua primeira aplicação no âmbito de uma teoria da religião, da magia e do pensamento mítico, fenómenos coletivos que, para o autor, não podem ser explicados ou reduzidos a termos estritamente individuais, devendo antes ser considerados o produto de uma comunidade (Durkheim, 1989). Para o autor, as regras que comandam a vida individual (representações individuais) diferem das que regem a vida colectiva (representações colectivas), estabelecendo ainda que estas últimas são caracterizadas como tradicionais, amplamente distribuídas e ligadas à cultura, transmitidas lentamente por gerações, e duradouras. Discerne-se nesta formulação o sentido comunitário estabelecido para estas representações, as quais diferem significativamente das conotadas com as sociedades apresentadas mais tarde por autores como Tönnies como sendo modernas, difundidas por toda a população de forma rápida, e de vida curta, por essa razão definidas como sociais (ALEXANDRE, 2004).

Uma significativa parte dos autores anteriores à Segunda Guerra Mundial com trabalho desenvolvido em torno deste tema distingue o individual (do reduto da cultura) do coletivo (do reduto da sociedade), convictos de que as leis que explicavam os fenómenos coletivos eram diferentes das que explicavam os fenómenos individuais. É com a viragem cognitivista do pós-guerra, de que se destacam as ideias gestaltistas de Asch, para quem a influência social deve ser concebida como um conflito cognitivo suscitado pela diferença entre as ideias adquiridas diretamente pelo indivíduo e aquelas transmitidas pelo seu ambiente social, e de Lewin, que destaca o modo individual como as informações sobre o meio ambiente são tratadas pelo sistema cognitivo do indivíduo, que lhes atribui um significado pessoal (ALEXANDRE, 2004). Do neoveiro polissémico em que o conceito de representação se move vem a ser Moscovici a definir um entendimento operacional claro.

Desde o final da década de 50 que Moscovici se debruça sobre o poder das ideias socialmente partilhadas e do modo como os indivíduos, a partir dessa partilha, constroem uma realidade comum, a qual vem a influir a sua conduta. Deste modo, Moscovici estabelece uma abordagem compreensiva do modo como o triângulo grupos/práticas/ideias redefine e transforma continuamente a sociedade (Moscovici, 2003). Resgatando o conceito de representações coletivas inicialmente proposto por Durkheim, a reflexão de Moscovici apontou à compreensão do modo como a produção de conhecimentos plurais (re)define a identidade dos grupos e influencia as suas práticas, demonstrando como os processos de mudança social são influenciados não somente por grupos majoritários mas igualmente pelos de perfil minoritário, para além do reconhecimento de que tais processos dependem também das práticas destes últimos e respectivas "situações sociais", e não apenas do sistema social em que se inserem (MOSCOVICI, 2003). Nesse sentido, e operando uma mutação no conceito original de Durkheim, é em função das representações (e não necessariamente das realidades) que se movem indivíduos e coletividades.

Assim sendo, as representações não devem a sua origem a uma única sociedade, como defendera Durkheim, mas das diversas sociedades que existem no interior de uma sociedade maior (MOSCOVICI, 2003). Sublinhando a dimensão plural dos grupos humanos, bem como a ideia de redes de pessoas e respectivas interações, Moscovici enfatiza portanto a necessidade do estudo do influência das representações nas práticas: as representações, ou numa formulação tardia, as *themata* ou referenciais regulares de pensamentos preexistentes, constituem o contexto social e cultural para a acção (2003: 216).

As fontes

A importância do conceito de fonte justificou, ao longo de décadas de análise dos media, abordagens da mais diversa natureza. Desvalorizada nos primeiros estudos sistemáticos dos media (SCHLESINGER, 1990), a acção das fontes mereceu maior atenção na segunda metade do século XX, sobretudo a partir do trabalho de Tunstall – para quem as suas estratégias deveriam ser escrutinadas enquanto acção consciente de promoção de interesses junto dos media (1971) – e de Sigal – que sublinhava de forma ainda mais inequívoca a sua preponderância ao considerar que condicionam o produto noticioso mediante a saliência de aspectos específicos do conteúdo posteriormente promovido/estimulado via contacto preferencial e crescentemente interdependente com jornalistas (1973).

Essenciais na produção de conteúdos noticiosos, as fontes fornecem conteúdos aos jornalistas, muitas vezes de acordo com estratégias de contacto apontadas à promoção dos seus interesses ou conhecimentos. Se para Gans (2003) representam um indivíduo, grupo ou instituição numa relação simbiótica de interdependência emissor/jornalista em processos de recolha de informações, já Traquina sublinha o carácter decisivo dessa interdependência enquanto "processo habilmente orientado, com paciência, compreensão e capacidade de observação sobre interesses comuns, até formar um clima de confiança" (2002: 116), influenciando a credibilidade/autoridade e a inclusão de materiais publicáveis.

No entanto, e ao contrário das teses pluralistas, as fontes não se encontram em circunstâncias iguais: aquelas com mais recursos beneficiam de um acesso aos jornalistas potencialmente superior (Manning, 2001). Desenvolvida também no trabalho de Gans (2003), esta visão aponta para processos de negociação, de pressão e de lobbying mútuo, que só pode ser verdadeiramente compreendida considerando todos os agentes envolvidos à luz da desigualdade que os caracteriza no acesso aos profissionais do sector. Num território contíguo ao da negociação, também de uma natureza conflitual se faz a concepção de conteúdos noticiosos, designadamente entre símbolos e significados, na melhor tradição da consideração dos media como indústrias culturais: isto mesmo foi o objecto do trabalho de Tuchman (2002), e de Molotch e Lester (1975), para quem são sobretudo as instituições ou personalidades já estabelecidas na sociedade a beneficiar desse acesso.

Partindo do reconhecimento dessa desigualdade, as fontes podem ser caracterizadas a partir de duas tipologias:

- a primeira aponta à distinção entre fontes activas – que voluntariamente veiculam conteúdos para jornalistas, assim intercedendo e tentando agendar directamente os seus interesses e quadros de referência, razão pela qual a sua presença em conteúdos noticiosos se faz sobretudo de citações e discurso directo – e passivas – aquelas que a/o jornalista contacta para obtenção de materiais de trabalho (SANTOS, 2003);
- a segunda classifica as fontes em função da sua localização num continuum que compreende a classe de jornalistas e respectivo sector mediático, os especialistas em determinadas temáticas, os porta-vozes de instituições (quer distinguindo entre governamentais ou não-governamentais, quer distinguindo entre oficiais e não oficiais, com uma acção não apenas de promoção e agendamento mas também, muitas vezes, de spin favorável ao interesse que representam), e os cidadãos ou audiências em sentido lato (Ericson et al, 1989).

As fontes oficiais são frequentemente procuradas de modo hierarquizado, seja pela ligação e informação privilegiada de que se revestem, seja porque este acesso directo ao campo mediático se lhes afigura uma mais-valia para transmissão dos seus valores e spin. Por seu turno, as fontes não-oficiais - fundamentalmente constituídas por empresas de pequena dimensão, organizações não-governamentais, e associações ou grupos cívicos - experienciam maior dificuldade nesse acesso dada a distância a que se encontram das esferas decisórias e dos próprios media, constituindo frequentemente fontes de segunda linha (MANNING, 2001), razão pela qual a sua visibilidade se encontra muitas vezes dependente de conjunturas disruptivas (MOLOTCH, LESTER, 1999). Esta secundarização tem, no entanto, conhecido alguma mutação dado o maior empenho por elas colocado na negociação da agenda dos media, assumindo algum destaque nomeadamente por via do fornecimento de informação especializada de base científica, aliada à necessidade de apresentação, na peça, de uma maior diversidade de perspectivas.

Ainda que esta preferência torne provável a criação de zonas ocultas ou de audição meramente marginal, casos há nos quais certos grupos vencem a sua condição de fontes secundárias e as barreiras que essa condição à partida lhes coloca, impondo a sua agenda aos media (GITLIN, 1980; ANDERSON, 1997; GONÇALVES, 2001; KITZINGER, REILLY, 2002; SCHMIDT, 2003). Isso mesmo revelou o trabalho de Gans (2003) e de Hilgartner e Bosk (1988), centrando-se sobre fontes não-oficiais e esclarecendo as circunstâncias sociais, económicas e políticas em que tais fontes não-oficiais conseguem negociar com sucesso a presença dos seus temas - quando não dos materiais por si produzidos e veiculados - nos conteúdos mediáticos.

Por estas razões, alguns media parecem incluir nos seus quadros jornalistas especializados em determinados temas, as sentinelas, cujo perfil contribui para o estabelecimento de relações privilegiadas junto de fontes estratégicas, com superior probabilidade de fornecimento de informação credível (Neto, 2006). Somada à credibilidade atribuída a fontes de utilização recorrente, esta natureza de sentinela pode, na realidade, estar a ser desempenhada já não tanto por jornalistas mas por elementos das próprias fontes com preparação ou prática para a produção de conteúdos cujas características mimetizem as de produção jornalística.

Representações dos jornalistas de ambiente na redacção: o caso do Público

Enquadramentos da cobertura do ambiente

A consideração da dinâmica da cobertura deste tipo de temáticas suscitou junto dos entrevistados um primeiro e decisivo reconhecimento: o da significativa flutuação conhecida pela presença das questões ambientais nos conteúdos do jornalismo de Imprensa, assim considerada uma área não estruturante dos conteúdos de uma publicação. Isto mesmo é visível no relato de Helena Gerales:

"a cobertura jornalística a nível do ambiente tem sido muito influenciada pelos recuos e avanços das próprias políticas ambientais internacionais. Nós conhecemos vários ciclos de evolução positiva, e outros de evolução negativa nas políticas de ambiente,

desde o ciclo positivo que começou na década de 60 com o Silent Scream⁶. Depois ocorreram várias flutuações; acho que o pico foi no Rio de Janeiro em 92, e aí as questões do ambiente estavam muito na agenda política",

bem como no de Ricardo Garcia, o qual dá conta precisamente de

"altos e baixos do jornalismo em que os sistemas ambientais estão em alta, por causa da projecção desses mega temas mundiais. [...] Acho que por um lado segue esse ciclo, não é? Os ciclos de como os temas estão na agenda pública; isso está estudado. E eu acho que isso é muito difícil você dentro de uma redacção, contrariar isso; eu sempre acho que nos períodos que está em baixo é o melhor momento para você atacar determinados temas que ninguém está olhando. Mas isso é geral".

Também Ana Fernandes afina por este diapasão, acrescentando um segundo enquadramento a esta dinâmica de flutuação de conteúdos: a do necessário cabimento orçamental para desenvolvimento da cobertura destes eventos, equacionado em conjunto com as novas plataformas, e para lá da mera reprodução de conteúdos provenientes de agências noticiosas:

"o boom [da cobertura do ambiente] surge depois de Quioto⁷. [...] Mas num contexto de crise não dá para enviar toda a gente para o outro lado do mundo. [...] Eu fui a Quioto [...] a trabalhar para dois meios: nós fazíamos muito isso com a Antena 1. Quioto é caríssimo, o Japão é caríssimo e eles pagavam uma coisa e o Público pagava outra – já não me lembro o quê concretamente – para eu conseguir ir. E [...] não estive lá na Conferência toda. [...] Haverão flutuações que são do interesse da moda, haverão constrangimentos de natureza mais logística, de espaço dentro da instituição, constrangimentos de ordem orçamental pura – não é possível pagar a jornalistas para irem. São estes os principais obstáculos para a frequência maior da presença do tema nas páginas, neste caso, do Público".

De que forma impactam estes ciclos noticiosos as redacções e o trabalho dos jornalistas de ambiente, neste caso, do Público? De que modos respondeu ela aos eventos e ao agendamento por eles produzido? Vale a pena, a este respeito, acompanhar a reconstituição feita por José Manuel Fernandes:

"no início do Público não havia propriamente uma secção de ambiente; o que havia era na secção de Ciência e Tecnologia, onde estavam alguns jornalistas que se ocupavam também com temas do ambiente. Se bem que as questões do ambiente

⁶ Documentário norte-americano de 1984, de cariz pró-vida, onde são ilustrados e debatidos os procedimentos de uma interrupção voluntária de gravidez.

⁷ O Protocolo de Quioto, tratado internacional com compromissos mais rígidos para a redução da emissão dos gases que agravam o efeito estufa, considerados, de acordo com a maioria das investigações científicas, como causa antropogénicas do aquecimento global, discutido e negociado em Quioto, no Japão, em 1997.

estivessem disseminadas por outras secções. [...] Depois houve uma altura em que houve uma maior aposta no ambiente e a secção da Ciência passou a chamar-se Ciência e ambiente, para tentar centralizar os temas de ambiente. [...] Também houve ali pessoas que tratavam disso [que] também estavam interessadas e fizeram pressão para que isso acontecesse. [...] Nós fizemos um estudo de mercado em 1999, uma coisa para definir algumas mudanças que o jornal precisava de ter, e um dos temas que apareceram com destaque foi o tema do ambiente, uma coisa de que as pessoas gostavam de ler mais. [...] Isso permitiu solidificar, apesar de tudo, uma equipa com mais coerência do que aquela que existia antes. [...] Com as redacções maiores foi havendo alguma especialização, penso que na maior parte dos casos por gostos próprios: os próprios é que foram abrindo caminho, desbravando caminho dentro das redacções; penso que foi uma coisa de baixo para cima".

Para além dos constrangimentos orçamentais referidos por Ana Fernandes, parece decorrer também do relato de José Manuel Fernandes uma valorização da orientação editorial enquanto vector de acompanhamento e aproveitamento da conjuntura mediática favorável à agenda ambiental para constituição de um corpo de jornalistas especializados no tema – e que, como vimos, esteve na origem do próprio recrutamento daquelas e daquelas com literacia ambiental prévia. Faz, no entanto, um elogio à acção individual de alguns, ancorada na disponibilidade editorial para o desenvolvimento de um nicho no seio da redacção criador de mais-valias para o título.

Esse aproveitamento é, aliás, nas palavras de Ana Fernandes, rapidamente capitalizado pela concorrência, multiplicando os ecos dos temas ambientais:

"a certa altura, o DN também começa a dar espaço; a nós davam-nos sempre espaço; a TSF também sempre deu espaço; o Expresso começa também a apostar mais... Entretanto foram surgindo outras revistas: a Visão sempre apostou bastante... mas a Visão já é mais recente... e há uma curva ascendente. Eu lembro-me que, há uns quatro, cinco anos o ambiente estava em todo o lado, havia imensas notícias".

Perante esta dinâmica de cobertura do ambiente, marcada por eventos mobilizadores da atenção dos media e das populações, que retrato traçam os entrevistados sobre o lugar da agenda ambientalista nos conteúdos noticiosos dos dias de hoje? Que (des)continuidades identificam, e a que factores as atribuem? Perpassa o conjunto de testemunhos recolhidos o reconhecimento de uma tendência negativa no espaço – e mediatismo – conferido ao ambiente, subscrita pela maioria dos entrevistados, com causas que variam entre a perda de protagonismo do tema mediante a ausência de eventos que o promovam, o desaparecimento de jornalista especializado e do espólio de memória por ele recolhido para emprestar sentido às peças, até à excessiva complexidade das questões levantadas face à literacia ambiental dos novos jornalistas.

Começando pela primeira dimensão, José Manuel Fernandes abordar a situação actual da cobertura do ambiente afirmando, apesar de tudo, algum optimismo quanto à sedimentação do tema:

"apesar de tudo, o ambiente tem ganho espaço, numa forma geral; não diria, para usar a expressão, que está na moda, mas era uma zona de bilhete, quase, aqui há vinte anos, talvez, com muito poucos interessados no assunto. Na altura havia muito pouco jornalismo especializado. [...] Já atingiu um nível relativamente elevado mas, depende muitas vezes de factores que não têm nada a haver com as urgências ambientais, quer dizer, este ano ninguém esteve muito virado para aí".

A alusão à transformação das condições de exercício da profissão é, já, o território de argumentação de Ana Fernandes que, ao invés de José Manuel Fernandes, sublinha ter-se verificado um decréscimo do espaço atribuído ao ambiente por comparação com a década anterior, em cuja base identifica não apenas a redução do corpo de jornalistas especializados e as idiossincrasias do seu perfil mas também algum preconceito para com as novas plataformas digitais:

"o Expresso continua a ter [espaço para o ambiente], a Visão continua a ter, nós continuamos a dar espaço: mas já não é o que foi há... não sei situar no tempo, sei lá... talvez 10 anos atrás... 2000 talvez tenha sido o pico, porque Quioto foi em 1997. [...] Não sei dizer se, realmente, o Público deixou de ser sensível às questões do ambiente: continuamos a publicar o suplemento Terra, continua a haver imenso interesse por parte dos anunciantes, enfim. [Mas] há menos disponibilidade de meios humanos, há menos meios humanos e financeiros, então... é um drama. [...] O espaço não serve propriamente de desculpa porque, agora, há a plataforma online. O que acontece muitas vezes é que nós somos, tradicionalmente, jornalistas de papel e privilegiamos sempre o papel. E continuamos a achar que é a plataforma mais digna. E imensas vezes o que acontece é que os editores, eles próprios, têm a desculpa: «não temos espaço mas escreves para o online». Ele acaba por ser sempre publicado e se calhar nós estamos equivocados e tem muito mais leitura no online do que teria alguma vez no papel".

Já Helena Geraldes descreve a contemporaneidade da cobertura mediática do ambiente pelo Público com alguma reserva, a par da identificação de uma transformação no perfil da procura:

"hoje o ambiente já não é um tema assim tão na moda, já acaba por ser um assunto chato. Por exemplo, as Alterações Climáticas: notamos que as pessoas já não têm grande interesse para ouvir essas questões. E agora levanta-se a questão: será que somos nós jornalistas que não estamos a conseguir passar as mensagens, não estamos a conseguir escrever as notícias de forma interessante? Ou não há procura do outro lado porque o tema já está gasto? Até a palavra «ambiente» já está gasta; e precisávamos, julgo eu, de começar a olhar para outras abordagens, outros pontos de vista, porque este continua a ser um problema muito importante a nível mundial, se calhar mais do que nunca. Mas parece que há aqui qualquer coisa, um desacerto

entre o que nós fazemos, o que os leitores vêem, e aquilo que realmente se passa na esfera política. [...] Paralelamente a certo desinvestimento das redacções na área do ambiente – como nas outras – está a nascer por parte da Sociedade Civil uma procura da informação mas por outros canais: por exemplo, a internet, aí, foi uma pedrada no charco, veio democratizar muito mais a selecção da informação; as pessoas se calhar procuram hoje informação especializada noutras locais que não nos jornais".

Em sentido profundamente crítico se posiciona Ricardo Garcia, profetizando tempos difíceis para a mediatização do ambiente, ainda que atribuindo-os igualmente a uma alteração do perfil do jornalista:

"o ambiente desapareceu, desapareceu completamente. [...] A gente está num momento em que o jornalista já não dá tanta importância ao ambiente. [...] O ambiente e a Ciência são áreas tecnicamente mais complexas".

As ONGA enquanto fontes

Uma das dimensões cuja abordagem se afigura mais pertinente no âmbito da temática do Agendamento é a da relação directa estabelecida pelas Organizações Não-Governamentais de ambiente com os media e seus profissionais. No plano estritamente formal, aquele em que o contacto é estabelecido sem preferência por qualquer interlocutor específico na redacção do Público, e à luz da compreensão dos recursos tecnológicos utilizados e respectivo contributo para colocar conteúdos na agenda mediática, a ferramenta apontada com maior frequência é a do *press-release* via correio electrónico. Com efeito, e na sequência do já verificado aquando das entrevistas a membros das ONGA, parece confirmar-se a centralidade deste instrumento de comunicação, sobretudo atendendo à forma como o seu alcance transversal e ubíquo é representado: segundo afirma Ricardo Garcia,

"os press releases [as ONGA] mandam para todo o mundo, mandam para aquelas mailing-lists enormes; aqui podemos ter a certeza que chega para a agenda, chega para mim e chega ao Director do jornal. [...] Eles mandam para tudo, não é! Mandam para uma bateria de coisas, eventualmente se é uma coisa muito importante telefonam. [...] Às vezes a pessoa telefona, avisa «olha vai ter aqui uma coisa de importância»".

Ricardo Garcia deixa, no entanto, duas ressalvas. Desde logo a de que a importância do conteúdo do *press release* pode, em alguns casos, justificar uma intercedência de natureza pessoal junto de alguém na redacção, deixando implícita a ideia de que o *press release* constitui uma ferramenta (apesar de tudo) relativizável. Depois, e em consequência disto mesmo, o envio genérico para os serviços de agenda do Público não parece garantir, por si só, uma chegada efectiva a um jornalista para constituir material de trabalho deste, requerendo uma acção voluntária de pesquisa por parte do profissional dos media que,

como já vimos, depende em grande medida do seu perfil e literacias: "*se falou para a agenda [...] só se o jornalista olhar para a agenda é que vai ver*".

Helena Geraldês acompanha esta posição, sublinhando a dimensão estratégica da escolha do instrumento de comunicação por parte do emissor – as ONGA – em função da intenção pretendida, distinguindo claramente entre contactos institucionais e contactos pessoais:

"há duas coisas que temos de distinguir: uma são os comunicados, que vão para todo o lado, as histórias que elas enviam para toda a gente; e depois há aquela história que, pelas fontes sabem como tu trabalhas enquanto jornalista, por terem confiança no que tu escreves, dizem «olha, tenho esta história, se calhar a Helena é capaz de tratar disto». [...] Da parte deles sim, é muito mais fácil. O exemplo de que estou agora a lembrar-me é o da Protecção Civil, por causa dos incêndios: ainda me recordo de estar no Verão na época dos incêndios de hora a hora a telefonar para lá a perguntar pela actualização dos incêndios; e tal como eu, a assessora tinha de fazer isto para dezenas de jornalistas em dezenas de jornais, e não funcionava. Então o que é que eles passaram a fazer? Um comunicado dispara para todos os emails, e assim ninguém se chateia, têm todos a informação ao mesmo tempo, têm informação mais pormenorizada do que uma pessoa chateada ao telefone que está a repetir a mesma informação. Normalmente já vem direccionado – mas nem sempre: há casos em que vai para todo o lado, pode ir para os editores das secções. É mais frequente vir direccionado para o jornalista que escreve sobre o tema".

Dada a centralidade do *press release* enquanto instrumento de comunicação, vale a pena equacionar a medida em que as suas características actuais beneficiam, de facto, da emergência crescente das TIC para atingir não apenas o interlocutor pretendido mas, através dele, o objectivo de se constituir matéria noticiável, confirmando a tese do agendamento ambiental. A primeira nota a fazer neste particular prende-se com o reconhecimento de que os recursos existentes do lado das ONGA, designadamente de apoio à produção de conteúdos para envio para as redacções, são uma parte importante desta equação politico-mediática, sobretudo quando exíguos. José Manuel Fernandes não escamoteia a utilidade de um tal recurso, afirmando que

"as pessoas são treinadas para fazerem press releases iguais a notícias, não é? O press release já não é «aconteceu ontem, não sei quê, não sei que mais»: é com o lead parecido com o de uma notícia; e quanto mais parecido for, a probabilidade é maior que ele seja reproduzido tal e qual, seja quase copy-paste, até porque já vem em formato electrónico [...] para chamar a atenção do jornalista".

É, no entanto, a exiguidade de tais recursos a pedra-de-toque das ONGA em Portugal, como aponta Ricardo Garcia, para quem a frequência com que tal desempenho se verifica é, ainda, marginal:

"nas ONG portuguesas é raro porque acho que eles não têm ninguém bom, que saiba escrever comunicados de imprensa. Os comunicados da Quercus são um desastre, parecem enciclopédias: é preciso chegar na parte que interessa ... As agências de comunicação são muito boas nisso, muitas mandam aquilo prontinho, e depois você quando vai ver, no dia seguinte, saem em muitos jornais ou agências [noticiosas]: é exactamente o que está ali. Mas as ONG são fracas nisso, as ONG portuguesas em ambiente não têm uma boa pessoa que faça isso".

Helena Geraldes, apesar disto, vislumbra sinais não apenas do potencial deste *modus operandi* mas também de algum esforço na sua utilização. Isto mesmo sublinhou, afirmando que

"hoje em dia quase todas as empresas trabalham com uma agência de comunicação. No entanto, a maioria das associações com quem eu trabalho não têm essas agências; mas mesmo assim elas próprias já têm vindo a fazer um trabalho nesse sentido".

Convidada a aferir da eficácia deste recurso quando efectivamente colocado ao serviço das ONGA, esta entrevistada equaciona estes instrumentos de comunicação à luz de um ciclo noticioso no qual a profusão de materiais de trabalho chegados à redacção só tem aumentado, apelando para mecanismos de eficiente gestão de tempo e de noticiabilidade para os quais também a literacia ambiental e especialização do jornalista são convocadas:

"funciona por duas razões: primeiro porque somos inundados todos os dias por pedidos deste género, somos contactados por dezenas de instituições, e de fontes que nos querem vender a história delas como a mais importante. E no meio deste barulho de informação nós temos de conseguir identificar [rapidamente aquilo que é relevante] , porque nós não podemos tocar todos os instrumentos ao mesmo tempo, temos de escolher, fazer uma selecção. E depois isso depende bastante da própria pessoa enquanto jornalista; isso é um trabalho um pouco subjectivo, essa triagem. E depois a outra razão porque isto é muito importante é que muitas das vezes os especialistas [das ONGA] não se apercebem de que têm uma linguagem técnica que temos de traduzir para o leitor, e [que] muitas vezes não conseguimos destringir muito bem. Eles enviaram-me hoje um comunicado: eu não percebo qual é a importância disto; eu não percebo como é que eu posso desconstruir [o comunicado] de modo a que as outras pessoas percebam. Então esse trabalho que eles já fazem de preparar, mastigar um bocadinho a informação, pode ser bom".

No mesmo sentido, José Manuel Fernandes chama a atenção para a importância que pode assumir a preparação de determinado conteúdo segundo as normas de produção familiares ao jornalistas:

"se a atenção das pessoas estiver focada no assunto, pode lá chegar uma coisa a dizer assim: «memorando sobre co-incineração», e as pessoas lêem. Se ninguém estiver a discutir aquilo, é preciso puxar do memorando para dizer «5% das crianças que nasceram nos hospitais, etc e tal, tinham problemas de não sei o quê», e isso tem de estar logo no lead para chamar a atenção da pessoa, senão ela não vai ler o memorando. Portanto, tem de ter um bocadinho de qualquer coisa para chamar a atenção»".

Que riscos pode, no entanto, acarretar este recurso face aos critérios que tornam determinada temática apelativa a um jornalista? De que perigos é (re)feita esta relação tecnologicamente mediada? Como afirma Helena Gerales, importa que o jornalista mantenha algum distanciamento crítico face aos conteúdos recebidos das ONGA, acautelando a objectividade necessária ao exercício da sua profissão e a equidistância face às posições dos agentes envolvidos. Nas suas palavras,

"nem tudo é positivo nesse tratamento da informação. Muitas das vezes, depois quando vamos confirmar as coisas com eles ou queremos aprofundar a questão, vamo-nos apercebendo que se calhar não era bem aquilo que eles estavam a vender. Mas é preciso ter um pouco de cuidado e não escrever a notícia só com base naquilo que eles nos passam. [...] Eles têm um interesse específico em passar essa mensagem: nós não temos interesse nenhum. Por isso, aquilo que nós, como jornalistas, devemos fazer é questionar e criticar, ter um olhar crítico para aquela informação. Não é por eu receber um comunicado de uma associação a fazer uma denúncia que eu vou chapar aquilo na internet. Aquilo é a visão deles: cabe-nos trabalhar essa informação, contrapor, ouvir outras".

Em igual sentido se posiciona José Manuel Fernandes, o qual aponta igualmente para um impacto nocivo da facilidade com que certos materiais de trabalho são tornados disponíveis aos jornalistas, potencialmente reduzindo o espectro de opiniões e sensibilidades noticiadas. Em seu entendimento, importa

"de vez em quando, manter alguma distância na forma de noticiar [...] O jornalismo ambiental, às vezes, sofre de um defeito: é um jornalismo empenhado, é um jornalismo de causas, o que nem sempre o favorece. Portanto, era bom, às vezes, ter um bocadinho mais de..... não quer dizer que não se noticiem os factos, mas não estar colado à agenda das associações; também tem de olhar para elas de forma crítica. [...] O facto de tudo estar mais facilmente acessível ou quase tudo mais facilmente acessível deveria aumentar a variedade das fontes, em particular. No entanto, há o reverso desta medalha: um numero de fontes até às vezes inferior ao que se fazia antes. [...] Não devem ficar restritas a esse tipo de fontes".

A questão da objectividade e isenção do profissional dos media constitui, aliás, preocupação bem presente nos discursos dos jornalistas entrevistados na redacção do Público. Parece existir, segundo os seus relatos, uma consciência do lugar de imparcialidade ao qual o jornalista deve remeter-se, independentemente da literacia ambiental prévia que o caracterize. Como revela, Ricardo Garcia,

"tem aquela discussão se o jornalista deve ser um militante ou não... se o jornalismo é de causas ou não. Não deve ser [...] Defender o ambiente é como o jornalismo que se faz agora sobre os Direitos Humanos, você não defende como jornalista, defende como cidadão. [...] Você separa as duas realidades: a gente não faz campanhas diárias pró Direitos Humanos: noticiamos casos de violação de Direitos Humanos".

A mesma posição é bem patente no discurso de Helena Geraldes:

"as ONG têm aquela ideia de que o jornalista de ambiente é um jornalista de missão e está ali para ajudá-las, e muitas vezes não percebem que nós não estamos aqui para ajudar a que a barragem não seja construída: nós estamos aqui para informar as pessoas, e dar às pessoas as ferramentas para elas decidirem na consciência delas. Nós não estamos aqui para mudar comportamentos directamente, não estamos a dizer às pessoas o que devem fazer. [...] Como já trabalho há muito tempo nesta área, se calhar como acompanho alguns casos, para mim é importante continuar a falar deles, porque acho que são importantes: aí sou eu que acho que aquilo é importante, por isso é que escolhi escrever sobre ambiente e não escrever sobre Economia e política. Nesse sentido pode ser um jornalismo de missão informar as pessoas sobre o ambiente. Mas não é a causa: não é uma determinada causa que me move: é a informação poderosa e objectiva sobre o ambiente".

Sem prejuízo disto, a tónica no reconhecimento da literacia ambiental de um jornalista parece, aliás, decisiva para a escolha dos seus interlocutores no seio de uma redacção, como demonstra o relato de Ricardo Garcia:

"em 1988 o movimento ambientalista estava a nascer com muita força. Era a época da guerra dos eucaliptos, a guerra do caulino [...] Na altura o ambiente estava muito em voga por causa do Amazónia, do buraco do Ozono. Sugerí fazer um artigo sobre as associações ambientalistas. [...] Fiz esse artigo e nessa altura acho que havia pouquíssima gente a escrever sobre o ambiente: havia muitos históricos, mas era um nicho. [...] Como fiz esse artigo depois as próprias associações começaram a me contactar".

Para os entrevistados, essa preferência e quase fidelidade das ONGA para com interlocutores com literacia ambiental prévia constitui um traço característico da sua actividade no âmbito do contacto com os media. Segundo José Manuel Fernandes, a eventual mediatização dos conteúdos enviados para a Comunicação

Social "*varia conforme o conhecimento que [os jornalistas] têm do tema. [...] Pessoas que seguem minimamente a área acabam por facilitar a vida a quem manda coisas de fora*". Neste particular, assume alguma importância não apenas a especialização do jornalista neste campo mas sobretudo o espólio de memória histórica que encerra, e que lhe permite emprestar substância à informação veiculada, como reconhece Ana Fernandes:

"sem memória é muito... não é que seja difícil, faz-se: fazem-se muitas notícias sem memória. Não se faz é filtro. Ou seja: se uma pessoa pensa que está a ouvir aquilo pela primeira vez dá a notícia como se isso fosse uma grande novidade. [...] Come-se o que é servido, come-se o que se serve, sem mastigar. [...] Não haver memória do que está para trás, do que foi feito e do que não foi feito, das discussões que já houve, dos N problemas que as coisas já atravessaram [...] prejudica sempre a qualidade da informação porque aí é-se muito facilmente instrumentalizado e passa-se a ser microfone, porque se perde a visão crítica. Não é que a gente tenha que dizer «ah, estes fulanos estão a fazer tudo errado» ou «ah, estes fulanos estão a fazer tudo certo»; não é isso. É «eles estão a fazer isto. Mas isto que está aqui já vem desta situação, é consequência daquela, já teve esta». Porque dá ao leitor muitíssima mais informação para ler aquela notícia".

Que lugar atribuem os entrevistados às TIC no âmbito da constituição, disponibilização e aproveitamento dessa memória? De que forma constituem essas tecnologias instrumentos de capacitação do exercício da profissão jornalística ao nível da produção noticiosa enquadrada, beneficiando da literacia ambiental específica que os mesmos convocam? De importância apenas relativa, meramente capacitadora da experiência do próprio jornalista, a julgar pelos testemunhos recolhidos. São disso exemplo as palavras de Ana Fernandes:

"tenho que estar confortável para escrever. Eu tenho que estar confortável para criar imagens que permitam ao leitor, de uma forma simples, perceber de que é que estamos a falar. [...] É claro que nós podemos ir [a arquivos]. Aliás, eu própria faço isso constantemente; até vou aos meus próprios. Às vezes ponho no Google, mas às vezes vou ao meu próprio arquivo porque também já não me lembro, são 20 anos! Mas não é tanto isso, é aquela conversa que tivemos com aquele técnico há não sei quanto tempo atrás sobre este assunto e que até nem escrevemos mas que fez o quadro geral da situação. [...] Essas trinta mil conversas que tive com não-sei-quanta gente e que não está nos Googles, não está sequer no meu próprio arquivo, é isso que às vezes acende uma luzinha: «este assunto... houve alguém que uma vez me deu uma perspectiva de que isto não era bem assim...». [...] Há muitas visões sobre as coisas e nós, ao fim e ao cabo, por andarmos aqui há muito tempo, já ouvimos... porque há sempre a perspectiva do politicamente correcto. Não é o politicamente correcto, é o denominador comum: há uma perspectiva de denominador comum sobre as coisas e quem já cá anda há muito tempo já ouviu outras perspectivas que

não estão no denominador comum e que, às vezes, são importantes – e que às vezes até, passado não-sei-quanto tempo, é que finalmente passam a ser o denominador comum, e aquela que foi o denominador comum durante muito tempo, cai. E às vezes é preciso essa ponte que não está nos arquivos".

Num plano paralelo, é até esta capacidade de colocação da actualidade em perspectiva, por parte do jornalista, a partir da sua memória, a constituir o quadro à luz do qual determinadas matérias mais complexas podem adquirir uma clareza mais consentânea com a noticiabilidade cujo empréstimo aos conteúdos se pretende – uma questão de perspectiva e de percepção qualificada, como relata José Manuel Fernandes:

"é uma questão às vezes de percepção de determinadas coisas, quer dizer... ninguém se vai tornar especialista em dioxinas para saber se a co-incineração é boa ou má, não é por aí que se vai lá" .

É, então, este capital simbólico de memória, esta literacia ambiental inscrita no percurso do jornalista especializado, a constituir a principal ferramenta de trabalho, a mais-valia que torna um determinado jornalista um activo particularmente importante para as ONGA, ao ponto em que *"em alguns casos a ligação é mais entre a organização do ambiente e a pessoa do jornalista do que propriamente com o meio"* (José Manuel Fernandes).

Já no plano estrito do estabelecimento do contacto emerge uma valorização considerável do alcance facilitado a que os agentes envolvidos neste campo se encontram. A própria disponibilidade de identificação do jornalista responsável pelo tema, no Público, parece desempenhar um papel de alguma importância, como relatou José Manuel Fernandes:

"os contactos são mais fáceis: é mais fácil fazer chegar às pessoas, é mais fácil disponibilizar conteúdo online. Portanto, não é preciso uma pessoa deslocar-se às instalações: as pesquisas são muito mais fáceis de fazer".

Também para Helena Geraldès essa rápida identificação do interlocutor privilegiado no seio da redacção

"facilita na medida em que é só [...] por uma questão prática: não é fácil chegar à fala com os jornalistas do Público; e isso pode ser muito chato para as fontes – nem rececionista temos. Então as pessoas muitas vezes não conseguem passar simplesmente para falar com quem de direito. Neste caso, em que já sabem com quem têm de falar, é mais fácil; nós damos o contacto directo, também. [...] Eles apostam muito nos jornalistas: normalmente, quando eles enviam um comunicado, têm o contacto directo da pessoa responsável por aquele tema; quando isso não acontece, nós já os temos na nossa agenda, nos contactos que fizemos ao longo do tempo. [...] A relação entre os jornalistas e as associações de defesa do ambiente é uma relação mais fácil de fonte do que qualquer outro tipo de fonte porque eles

querem passar uma mensagem; os outros às vezes são um bocadinho mais renitentes e temos de insistir. Por isso eu acho que funciona muito bem: eles já têm grandes canais de informação connosco; grande parte da actividade deles passa por passar mensagens, não é? Eles são um canal privilegiado".

No entanto, a posição desta última reflecte também uma acção deliberada, por parte do jornalista, de facultar um contacto de natureza pessoal para mais facilmente se encontrar disponível para contacto por parte das ONGA – traduzindo uma atitude estratégica de contactabilidade que não é redutível ao meio tecnológico utilizado ou às suas características, mas que deve ser assacada ao perfil do profissional. Acompanhando o seu raciocínio, e no domínio específico de um eventual aumento da quantidade de informação recebida através das novas plataformas digitais:

"eu acho que não: não necessariamente, porque elas querem mesmo... agora se calhar é mais fácil para elas, porque já sabem que eu escrevo sobre isto. Isso facilita-lhe a vida, mas nós sempre recebemos [muita informação]".

Esta proximidade reveste-se, por outro lado, de características próprias na redacção do Público em função – precisamente – da atitude emprestada ao desempenho profissional pelo perfil individual do jornalista, para lá de uma cultura de empresa em que o jornal investiu desde o início, a julgar pelas palavras de Ana Fernandes:

"aqui, tanto um lado como o outro, são muito pouco formais. O Público nunca foi muito formal e as ONGAs nunca foram muito formais. Eu sei que noutros órgãos de Comunicação Social não é assim. Aqui sempre foi bastante informal. [...] Há outras redacções que funcionam de uma forma mais organizada que a nossa porque, por exemplo, têm bases de dados com os contactos das pessoas todas – e que era assim que devia funcionar – [...] mas o pessoal daqui, para a organização, é tramado. [Os contactos] continuam tão informais como sempre foram. Às vezes eles perguntavam: «mas nós temos que mandar uma carta ao Director?» E eu dizia «não, esqueça lá isso, não manda nada».

No entanto, para lá das vantagens que parece apresentar, esta *fulanização* do relacionamento entre ONGA e Público pode revestir-se igualmente de riscos, designadamente a incomunicabilidade potencial suscitada pela indisponibilidade do interlocutor privilegiado na redacção – como reconhece Ana Fernandes:

"acho é que, às tantas, [os contactos] são muito personalizados. Ou seja, bastava não estar o jornalista que conhece e eles ficavam ser interlocutor deste lado. E a malta que, às tantas, tinha... caía uma notícia qualquer e não estava nem eu, nem o Ricardo [Garcia], nem a Lena [Geraldês]. Ou nos ligavam aflitos «dêem-nos o contacto de alguém» ou se, por acaso, não nos apanhavam, ficavam perdidos porque... lá está, porque havia muita proximidade. Não era proximidade: os contactos eram muito ao nível pessoal – lá está, não passavam por agendas".

Ao invés, como caracterizam os entrevistados o fluxo comunicacional estabelecido entre a redacção e as ONGA? Que nuances presidem ao estabelecimento de contactos por parte do jornalista de ambiente, e que impactos das TIC são reconhecidos por este último neste âmbito? Por um lado, é visível a valorização da maior facilidade com que é encontrado e efectivamente contactado o interlocutor cujo alcance se pretende na ONGA, visível no testemunho de José Manuel Fernandes, o qual chama a atenção para o papel desempenhado pelas comunicações móveis:

"as organizações, de uma forma geral, tornaram-se mais preparadas para lidar com os meios de comunicação... durante muito tempo não era o caso: os meios tinham de andar à procura de alguém que dissesse alguma coisa. [...] Só das nove às cinco é que se podia contactar alguém. Agora não é assim, está tudo muito mais ligado, não só via online mas também via telemóvel".

Em igual sentido se posiciona Ana Fernandes, quando afirma que *"sempre foi assim que funcionou: eu ligava directamente para o Chico⁸, para o Jorge Palmeirim, a Helena Freitas, o Joanaz⁹. Sempre na base do telefonema"*.

Por outro lado, e face à complexidade de algumas das temáticas abordadas e veiculadas pelas ONGA para os media, existe, da parte dos primeiros, uma legítima preocupação quanto à adaptação do seu conteúdo que a pré-formatação do mesmo não colmata na sua totalidade. Daí que, para Helena Geraldés, a manutenção de um contacto privilegiado junto de uma redacção sirva também o propósito de acautelar essa potencial incomunicabilidade:

"já me deparei com casos em que eles têm algum receio de que a mensagem deles não seja bem... eles têm medo que nós açucaremos demasiado aquilo que eles fizeram, há um receio, é uma relação um pouco com base no receio".

Contudo, também de riscos se faz esta personalização da relação entre o jornalista e o activista, e pelas mesmas razões de potencial dependência identificadas no fluxo comunicacional de sentido inverso, como relata Helena Geraldés:

"hoje tentei contactar o especialista da SPEA¹⁰ mas que estava no estrangeiro, não consegui falar com ele. Tenho sempre outra, mas não há um outro especialista nesta área e a maioria das vezes usamos aquela que é a pessoa que é responsável... Está mesmo fulanizada, [a comunicação] pelo menos em determinados temas, o que é compreensível. Por exemplo: o Presidente da associação tem o discurso mais geral, ou se quisermos dizer, na melhor aceção do termo, politizado; consegue explicar alguns pormenores, porque também não tem estar a par de tudo. Tenho sempre a

⁸ Francisco Ferreira, da Quercus.

⁹ João Joanaz de Melo, do GEOTA.

¹⁰ Sociedade Portuguesa para o Estudo das Aves.

preferência de falar com a pessoa que mais sabe daquilo, o que nem sempre é fácil".

Adicionalmente, outras variáveis podem entrar em jogo para determinar a publicação de uma determinada peça, para lá da (relativa) importância atribuída às TIC neste domínio: desde logo, o enquadramento hierárquico da publicação, como aponta Ana Fernandes:

"para colocarmos notícias de ambiente no jornal, quem está acima de nós tem que ter sensibilidade para arranjar espaço para isso, senão vai achar que há assuntos mais importantes. E depois não há espaço – na altura não havia onlines, não havia outras plataformas para estar a despachar notícias".

Vale a pena reter dois discursos implícitos no seu testemunho: por um lado, que subjaz à noticiabilidade de cada tema uma ordem de importância traduzida em dinâmicas de rateio de espaço, nas quais o ambiente tende a ser subalternizado. Por outro lado, que o espaço editorial ampliado que o meio *online* pode atribuir a estes temas talvez ajude a compensar essa subvalorização – uma das potencialidades tipicamente associadas às TIC.

Deve, no entanto, ser recordado que à mera disponibilidade de espaço editorial tem, necessariamente, de corresponder atribuição de tempo de produção jornalística, particular no qual a lógica de subvalorização temática associada ao rateio de espaço nas edições em papel se recoloca em toda a sua expressão, sobretudo numa conjuntura em que lhe acresce a velocidade de publicação de um tema e a lógica concorrencial que move os agentes no meio. Como aponta implicitamente José Manuel Fernandes, *"mesmo pessoas que podem ter alguma sensibilidade dizem «está bem, ok, mas não é a altura certa»"*. Do anterior decorre, então, uma valorização relativizada da importância dos meios colocados à disposição do jornalista, mantendo-se intacta a importância do seu arbítrio prévio, como nos relata Helena Geraldes, ao afirmar que o conjunto destes meios e a pré-formatação de conteúdos que permite

"tem facilitado mas acho que não é o factor predominante e principal para que isso aconteça. Se uma história é boa, estando ou não estando num comunicado no nosso monitor, écran ou computador, nós vamos conseguir essa história se nos empenharmos, se houver vontade",

bem como Ana Fernandes, qualificando o papel desempenhado por esses meios no âmbito do exercício da profissão:

"acho que é mais o que está na peça, quer dizer... o que é que podemos usar mais na peça? Por mim, quantas mais pessoas ouvir, com opiniões mais díspares, enfim, de sectores mais diferentes - desde o senhor directamente atingido por algo até ao engenheiro que defende algo - acho que, sobretudo, o que é importante é a informação em si, conhecê-la bem, o que está em causa naquele momento e tentar pesquisar, tentar falar com o máximo de pessoas envolvidas ou afectadas. Os meios ajudam. São isso mesmo: meios".

Assim sendo, não é no plano da ausência de determinados meios para o exercício da profissão que se joga a qualidade do jornalismo praticado. Aliás, convidados a identificar um recurso tecnológico cuja utilização pudesse ter enriquecido a qualidade de determinada peça, os entrevistados apontam sobretudo no sentido da valorização dos interlocutores, e não tanto dos meios por eles utilizados, como ilustra Ana Fernandes:

"da minha [experiência], não me recordo... claro que posso não me estar a lembrar... mas ter-me sentido frustrada porque «se eu tivesse aquele meio teria chegado lá»... A nossa frustração, geralmente, é conseguir falar com alguém. Ou encontrar a pessoa, que às vezes não é fácil, ou da disponibilidade da pessoa... Essa é mais a razão da frustração, tenho mais assim: «se tivesse falado com fulano, era diferente»".

Como foi já bem visível nos testemunhos recolhidos, é então o profissional – o seu percurso, a sua literacia, a sua memória, o seu sentido crítico – a constituir a mais-valia das redacções de hoje, e não tanto o tipo de recursos tecnológicos ao seu dispôr. Daí que o desaparecimento paulatino do conhecimento especializado ocorrido com a saída de diversos destes profissionais especializados constitua uma perda significativa para o campo em sentido mais lato, e para a intervenção mediatizada das ONGA em sentido estrito. Isto mesmo reconhece José Manuel Fernandes, afirmando que as pontes entre essas organizações e as pessoas dentro das redacções "*vão mudando, até porque as pessoas das organizações também mudam*", mas também Ana Fernandes, referindo-se especificamente à circulação de jornalistas a que a natureza integrada das redacções tem obrigado, a par de um significativo desinvestimento no jornalista especializado em ambiente:

"é claro que, se nós formos vendo caso a caso, todos têm explicações: o Zé Milheiro passou para outras plataformas, passou para outras responsabilidades; o Frazão da Renascença, a mesma coisa, passou a ter outras responsabilidades; eu passei para outra área – aliás, eu até fui a editora da Ciência e ambiente e, portanto, aí também deixei; depois passei para Agricultura e agora sou editora outra vez... Ou seja, também em termos de caminho pessoal fui fugindo à coisa. O Ricardo sempre permaneceu, tirando talvez o último ano em que, embora ele continue a fazer coisas, já não faz com a mesma disponibilidade porque, lá está: outras responsabilidades. Portanto, aqueles que tinham essa pasta começaram a desviar-se: é claro que os jornais podiam dizer: «não, isto continua a ser uma área de investimento e se estes estão a sair, vamos buscar outros». Desinvestiram".

Representações dos jornalistas de ambiente na redacção: o caso do Expresso

Enquadramentos da cobertura do ambiente

A par da perda de algum do corpo jornalístico especializado na redacção do Expresso, que outras tendências identificam os dois profissionais entrevistados? Em que medida avaliam a evolução da cobertura do campo ambiental, e que contributo atribuem às TIC nesse âmbito? Começando pela caracterização da evolução da cobertura do tema nos *media* em Portugal, Virgílio Azevedo é taxativo no retrato que traça: "*tem recuado; o ambiente tem menos visibilidade*".

Em que se traduz, em sua opinião, esse recuo? Para Carla Tomás, numa sub-representação do campo no espaço mediático em virtude da sub-valorização dos seus temas, reduzidos a uma popularidade flutuante junto do público:

"é tudo uma questão de moda, não é? Nas temáticas ambientais, é a mesma coisa: neste momento é sub-representada, acho eu, e já foi bastante ou melhor representada. Acho que sobre-representada nunca foi. Mas houve uma altura, aqui há uns anos – há 3 ou 4 anos – em que, nessa altura, todos os jornais estavam na defesa do ambiente sustentável e condições climáticas e etc. Depois a coisa morreu e o ambiente deixou de ter o mesmo espaço que tinha. [...] Os leitores também são fruto daquilo que os jornais lhes dão. Os jornais deixam de dar porque os leitores se interessam ou porque os jornais começam a ter outras prioridades".

A que se devem, nesse caso, essa (des)valorização e subalternização dos temas de ambiente, segundo os entrevistados? Desde logo a uma análise dos recursos que podem efectivamente ser alocados por cada redacção a temas considerados de menor relevo, sobretudo num contexto não apenas de crise económica mas, e sobretudo, de retracção do investimento publicitário em *media*, com conseqüente redução de espaço para exploração de temas considerados não-predominantes, como aponta Carla Tomás:

"é uma questão de prioridades, de caminhos que os jornais tentam seguir... O ambiente perdeu o seu espaço com o começar - ou o acentuar - da crise política e da crise económica. E aí as questões ambientais passam para segundo plano. No caso do Expresso, também houve mais um focar em questões sociais".

Para Virgílio Azevedo, no entanto, esta crise é específica do próprio sector, tendo a ausência de um modelo de negócio claro para as novas plataformas sido acentuada pelo contexto actual:

"a Imprensa está em crise, antes de ter começado a crise, não é? Por causa do online e porque o online ainda não tem um modelo de negócio definido e, portanto, estamos com esse problema. E o problema não está resolvido nem nos Estados maduros, como os EUA. Ainda no outro dia estava a ver dados relativos aos grandes jornais e revistas americanos e, apesar de alguns já terem metade dos leitores no

online, só conseguem 10% a 15% das receitas no online. Portanto, mesmo aí, o problema não está resolvido. [...] Nós, depois, com a crise e com um mercado mais frágil como é o nosso, onde que a Imprensa nunca teve grande implantação, obviamente que apanhamos por tabela. E hoje as coisas são muito difíceis porque os jornais são pequenos e o mercado da publicidade recuou bastante e vai recuar ainda mais – para o próximo ano, a economia vai cair 3% ou mais – e a publicidade está a concentrar-se na Televisão, já há preços muito interessante, não é? Um spot publicitário na SIC, que é do nosso grupo, neste momento, em prime-time, fica mais barato do que uma página inteira no Expresso. [...] Estamos num momento em que Imprensa escrita está a estreitar e, portanto, os temas do ambiente, obviamente, não são prioritários. [...] Os media embarcam um bocado nessa onda e acham que estas questões do ambiente – ou da Ciência, que eu também trato – são secundárias. E eu acho que é um grande erro. Acho que ainda é uma visão muito clássica, muito conservadora nestas coisas – que o ambiente é um empecilho, é uma barreira'

Em que medida reproduz a redacção do Expresso estas tendências de retracção e paulatino desaparecimento, não apenas dos jornalistas especializados em ambiente, mas da própria cobertura dos seus temas? Ambos os entrevistados parecem valorizar a permanência de alguma cobertura ambiental entre os conteúdos deste título, apesar de reconhecerem o recuo que a mesma sofreu. Virgílio Azevedo, neste registo, estabelece algum paralelo com a redacção do Público a este nível, afirmando:

"no Expresso, sempre tivemos um certo acompanhamento da área do ambiente. Eu lembro que, antes de mim, o José Manuel Fernandes (depois de ser Director do Público) acompanhava... bem, acompanhava mais do ponto de vista do Ordenamento do Território. Mas o Expresso sempre deu alguma atenção; temos uma colunista, a Luísa Schmidt, que também já escreveu para essa área... portanto, foi uma área em que estivemos sempre atentos. Talvez, na altura, não estivesse tão estruturada, mas tem a ver com a marca do Expresso, estar atento às questões do ambiente – fizemos reportagens sobre o Ordenamento do Território, sobre o ambiente, destacámos os grande protagonistas, as políticas quando elas começaram, etc. E tanto que hoje é curioso... falei da Luísa Schmidt mas temos também o Carlos Pimenta que se destacou muito nessa área como Secretário de Estado e que agora está ligado à área das Energias e que hoje faz parte do Conselho Editorial, é um dos nossos conselheiros. O Expresso, digamos, tem essa tradição e foi pioneiro nesta área".

Esta valorização ecoa igualmente no testemunho de Carla Tomás, para quem a cobertura do ambiente

"no Expresso ainda se mantém... nós temos a secção do ambiente, temos uma página garantida para temáticas ligadas a questões ambientais, mas acho que, em geral – mesmo o Público era um jornal que abordava questões ambientais, manteve

a Ecosfera mas perdeu espaço no jornal para temáticas ambientais E o Expresso também deixou de dar o destaque, de dar mais facilmente tempo e espaço... por vezes, nós protelamos as questões ambientais, a não ser que sejam questões especialmente mais coloridas, digamos assim".

Virgílio Azevedo deixa, no entanto, uma pista para o eventual aumento da cobertura mediática do ambiente, que passa pela natureza da própria acção das ONGA, afirmando que a presença dos temas ambientais nos conteúdos dos *media*

"tem muito mais peso quando as três organizações [LPN¹¹, Quercus e Geota] - três e às vezes mais - tomam posições conjuntas. Tem mais impacto e está a ter a propósito de situações concretas: a Barragem do Tua... isso tem mais impacto mediático porque aparecem as três e aparecem com outras organizações mais locais ou regionais. Tem, de facto um impacto grande. Até porque, quando se juntam muitas, transmitem outra imagem de credibilidade, de influência".

As ONGA enquanto fontes

Em que moldes se desenrola o contacto estabelecido entre o Expresso, designadamente os seus jornalistas de ambiente, e as ONGA nacionais? Que papel desempenham das TIC nesse relacionamento, seja no plano institucional, seja a um nível de maior proximidade pessoal? Compreender a dinâmica de contacto entre estas instituições, por um lado, e entre os seus elementos, por outro, requer desde logo a aferição da representação mantida pelos jornalistas a respeito das organizações ambientalistas portuguesas. E neste plano particular destaca-se a valorização de uma ONGA – a Quercus – face às restantes, o que é visível nas palavras de Carla Tomás:

"temos as associações ambientalistas... temos três mas, sobretudo, é a Quercus que é a mais activa, não é? E que se mantém, ao fim destes anos todos, a mais activa. Portanto, a Quercus é sempre uma entidade com a qual eu tenho que falar praticamente sobre todos os temas que escrevo nesta área".

Igual valorização é patente no testemunho de Virgílio Azevedo, o qual reconhece uma visibilidade maior à Quercus em detrimento, por exemplo, da ONGA mais antiga do país, a LPN:

"há uma grande diferença entre a Quercus e as outras – a Quercus é uma organização, de facto, muito bem organizada, com dirigentes com bastante visibilidade e que tem mais influência na sociedade portuguesa. Portanto, tem estruturas muito mais... pronto, é uma organização grande. [...] Estou sempre a falar da Quercus e não da Liga para a Protecção da Natureza, do GEOTA, que é uma

¹¹ Liga para a Protecção da Natureza.

organização mais pequena. Mas eu até acho que a Liga para a Protecção da Natureza, que é mais antiga, que tem uma implantação no terreno importante, tem propriedades, tem experiências, não é? A LPN, a esse nível, até deveria mexer-se mais. Porque eles têm uma actividade real, no terreno, e não têm tanto essa preocupação da visibilidade. De tal maneira que, provavelmente, na opinião pública, nem se sabe que é a organização mais antiga. Já tem cinquenta anos".

Dada esta representação das ONGA do país, qual o figurino mais recorrente de contacto entre as duas instituições – mais formal e institucional, ou mais informal e individualizado? Em termos dos fluxos comunicacionais provenientes das ONGA, e dos recursos neles utilizados, o retrato traçado a partir dos testemunhos recolhidos aponta para uma incidência da utilização de meios electrónicos, designadamente e-mail, e em particular para recepção de comunicados, como revela Carla Tomás:

"a informação chega a todos os jornalistas via e-mail: muita informação chega-nos por aí. Mas, sendo um Semanário, nós não vamos atrás dos press releases [...] porque, normalmente, os press release vão para toda a gente e no dia seguinte estão num Diário. Portanto, o nosso trabalho é muito mais o contacto com fontes, a informação que nos chega mais em exclusividade. Claro que podemos partir de algo que é difundido para todos os media e, a partir daí, aprofundar e contactarmos as fontes que conhecemos da área para desenvolvermos essa estória".

Paralelamente, enquanto instrumentos de veiculação de conteúdos, estes comunicados constituem um objecto de potencial intervenção tecnológica, isto é, são materiais concebidos em – e beneficiando das potencialidades dos – equipamentos informáticos que lhes emprestam características particulares. Nesse sentido, vale a pena considerar a representação dos jornalistas relativamente à pré-formatação de conteúdos levada a cabo pelos activistas ambientais de acordo com as rotinas e normas habitualmente utilizadas pelos profissionais dos *media*. Neste plano, dois pontos se salientam dos testemunhos dos entrevistados.

Em primeiro lugar, a constatação de que essa prática de pré-formatação é um recurso frequente, o que ecoa com a valorização já anteriormente constatada junto dos activistas ambientais. Isto mesmo é patente no relato de Carla Tomás, que reconhece a crescente utilização destas técnicas em sede de fluxos comunicacionais, apontando igualmente o modo como a perda de jornalistas especializados e com um capital de memória sobre as rotinas de relacionamento com fontes podem impactar negativamente a qualidade dos conteúdos efectivamente noticiados pelos *media*:

"sim, essas técnicas são cada vez mais apuradas. Também essas agências de comunicação vão buscar jornalistas, que sabem como a coisa funciona. E, muitas vezes, quando me ligam de agências de comunicação para ir a conferências sobre coisas muito particulares e eu trabalho num semanário... quer dizer, isto é o Expresso, não vale a pena venderem-me a coisa assim, porque não agarro. Mas cada vez mais as agências de comunicação sabem. [...] Não garante a publicação,

obviamente que não. Mas, mais uma vez, as coisas, ao longo dos últimos vinte anos... eu sou jornalista, comecei num jornal regional mas sou jornalista há vinte anos... tenho uma memória de como as coisas mudaram e a nova geração vai entrar já num outro registo, já está a entrar num outro registo, isso já existe. A minha geração e a outra mais velha que eu tem mais dificuldade em aceitar este novo registo, obviamente, em que a publicidade e a informação têm uma fronteira mais ténue... mas, pronto, para a nova geração isso não é tão questionável, não têm a memória do que era".

Também Virgílio Azevedo se posiciona neste sentido quando questionado sobre se é frequente a recepção de materiais visivelmente pré-formatados e se esta facilita o trabalho do jornalista:

"sim, é, sem dúvida. Têm a informação estruturada de outra maneira, têm a informação estruturada burocrática, digamos assim. E quanto isso acontece, o assunto que interessa não vem no princípio, vem a meio".

Atendendo à desigual representação das ONGA por parte dos jornalistas quanto à influência directa que tentam exercer através destes recursos, de que posição dão os entrevistados conta relativamente à utilização da pré-formatação de conteúdos? Sem surpresa, é novamente a Quercus a ser destacada quanto à apropriação desta prática e ao valor noticioso acrescentado que ela pode assinalar:

"eles têm mais essa noção: já tiveram alguns programas de televisão, depois têm ligações internacionais fortes de onde nós recebemos informação... por exemplo, eles pertencem àquela organização europeia que faz imensos estudos e produz documentos e etc. Portanto, há esse know how internacional, não é? Eles ganharam essa rodagem".

No plano dos fluxos comunicacionais provenientes dos *media*, Virgílio Azevedo aponta a relativa facilidade com que o contacto é estabelecido, afirmando que *"é muito fácil ter acesso às ONGs ambientalistas – obviamente porque elas estão interessadas em ter visibilidade"*. Paralelamente, Carla Tomás descreve a dinâmica de relacionamento entre estes agentes assinalando a prevalência de uma comunicação casuística de natureza mais direccionada e pessoal:

"depende do tema, porque eles [ONGA] têm pessoas especializadas em diferentes áreas. [...] É fácil: eu ligo para um dos dirigentes e digo: «estou a fazer um trabalho sobre isto, quem é que pode comentar ou dar mais informação?». E eles, imediatamente, dão o contacto. Aliás, já tenho uma agenda no telefone de uma série de gente da Quercus e, portanto, sei com quem devo falar de acordo com determinado assunto. [...] Nós temos os «nossos» ambientalistas sobre o que está ali em jogo".

Que outros recursos comunicacionais específicos são convocados pelos jornalistas para desenvolver os contactos que mantêm com activistas ambientais nas ONGA? Assumirão alguma natureza particular diversa das utilizadas na normal condução da sua profissão? De acordo com Carla Tomás, não, ainda que se sublinhe a natureza *fulanizada* do contacto estabelecido:

"é telefone/e-mail, sempre, quer seja formal, quer seja informal. Ou seja, tenha eu uma relação mais à vontade, mais coloquial ou mais formal, é o telefone ou o e-mail. As ferramentas são sempre as mesmas: e-mail e telefone - telemóvel ou fixo - dependendo de onde estiver. A não ser que não me atendam por não conhecerem o número - porque aparece o número nacional - e aí uso o meu móvel".

Em igual sentido se posiciona Virgílio Azevedo, sublinhando a importância do contacto telefónico directo quanto mais personalizado for o contacto estabelecido: *"são e-mails, sobretudo e-mail. Às vezes há contactos directos, via telefone. [...] Talvez mais telefonemas".*

Conclusão

As estratégias prosseguidas pelas empresas mediáticas e respectivas redacções, num contexto concorrencial com potencial influência sobre os ritmos de trabalho jornalístico e sobre a (des)consideração do ambiente como temática, são inúmeras. Enquanto variáveis de estruturação de processos de mediatização indirecta, o enquadramento orçamental que a disponibilidade de recursos e competências específicas para a sua utilização requerem, o enquadramento simbólico que o conhecimento especializado para a preparação e veiculação de conteúdos exige, e as representações relativas a uma literacia ambiental sólida são, como demonstrado no capítulo anterior, de importância decisiva para a compreensão do actual lugar ocupado pelo Jornalismo.

Não surpreende, em paralelo, que resulte da leitura das respostas fornecidas pelas/os profissionais da cobertura mediática do Ambiente a confirmação de que o tema é frequentemente considerado por quem dirige as redacções como não sendo estruturante (Neto, 2006), consideração esta baseada no que se considera ser a representação colectiva/comunitária junto da população nesse mesmo sentido, assim se ligando a existência e influência de ideias socialmente partilhadas (Moscovici, 2003) com o modo como nas redacções se constrói o Ambiente, as suas *themata*, e com a conduta e práticas nelas observáveis. Parece também fazer sentido, à luz dessa observação, o conjunto de condicionantes colocado à agenda ambiental promovida por ONGA, designadamente uma limitação/fechamento da agenda e espaço dos media (McCombs, 2009; McQuail, 2003) a temas específicos de temas de Ambiente ou, de forma mais decisiva, a própria redução da dimensão das redacções no que ao desaparecimento da/o jornalista especializado diz respeito.

Por outro lado, no âmbito de uma discussão sobre a permeabilidade ao agendamento destes temas junto das redacções por fontes activas que voluntariamente lhes destinam conteúdos (Santos, 2003), e importando escrutinar as estratégias destas últimas enquanto exercícios de condicionamento do produto noticioso (Tunstall, 1971; Sigal, 1973) mediante a instrumentalização de um "clima de confiança" mútua

(Traquina, 2002), reconhecem-se dois aspectos preponderantes:

- a um tempo, que a criação e benefício desse clima (Molotch e Lester, 1975), privilégio habitualmente a personalidades ou instituições já estabelecidas na sociedade, é não apenas possível mas regularmente praticado por um conjunto limitado e muito específico de fontes consideradas especializadas ou de autoridade técnica reconhecida, como ocorre com elementos das ONGA;
- a outro tempo, que a activação desse privilégio decorre de uma necessidade de orientação assenta em funções sequenciais (relevância pessoal ou colectiva/social do tema, e incerteza ou conhecimento prévio do tema), e que a intrusividade (enquanto extensão da relevância) aborda a familiaridade e experiência directa pessoal de cada tema (MCCOMBS, 2009: 91-103), pelo que a/o jornalista com literacia ambiental mais desenvolvida apresenta uma maior intrusividade face aos temas ambientais e menor incerteza quanto a eles, o que implica que a sua necessidade de orientação de algumas/uns jornalistas seja significativamente menor, assim como a sua permeabilidade à saliência de atributos dos temas de que depende o agendamento praticado pelas ONGA, mesmo considerando a pré-formatação de conteúdos em que têm vindo a investir, e que Breed designava de rebentos jornalísticos (Breed, 1955: 277-284).

Assim, se por um lado a função de sentinela originalmente desempenhada por jornalistas especializados – cujo perfil contribui para o estabelecimento de relações privilegiadas e para o fornecimento de informação credível – é hoje ambicionada por elementos das próprias ONGA através da preparação de conteúdos cujas características mimetizam as de produção jornalística, não é por outro lado menos patente que os media mantêm intacto (pelo menos parte d) o exercício de uma função informativa junto da população, razão pela qual estas organizações não se encontram em condições de prescindirem dos benefícios historicamente gerados por um conjunto de parcerias de base pessoal estabelecidas com profissionais específicas/os nas redacções.

No entanto, atendendo às condições em que a/o profissional dos media exerce a profissão, que têm tanto de organizacional como de socialmente conjuntural, resulta de uma leitura atenta das respostas obtidas em sede de entrevistas às/aos jornalistas contactadas/os um conjunto de indicadores que apontam na direcção 1) de representações sociais de relativização da importância da cobertura continuada de temas de Ambiente, o que contribui para 2) uma subalternização e conjunturalização temática do Ambiente entre os conteúdos dos media, com consequência ao nível da 3) exiguidade de espaço e de tempo para tratamento aprofundado e devidamente enquadrado de temas complexos como necessariamente são os de Ambiente, habitualmente requerendo 4) uma disponibilidade de recursos humanos nas redacções com perfis e literacia específicos, que se constituem 5) uma oneração considerada injustificada por parte de quem administra as empresas mediáticas às quais pertencem as redacções onde tem lugar a selecção de conteúdos (e respectiva saliência) provenientes das ONGA enquanto fontes e que se mostrem mais adequados à narrativa e valores-notícia em vigor em cada publicação. É este, então, o lugar do Jornalismo na encruzilhada entre as estratégias de Comunicação Política das ONGA e a sociedade à qua estas últimas tentam destinar os seus conteúdos, agendando-os junto dos Media: um lugar feito de desvalorização da especificidade de literacias, de pressões cruzadas de natureza institucional e comercial, e de relações de

custo-benefício de base tecnológica – muitas delas em absoluto contraciclo com a natureza ancestralmente decisiva do exercício do seu mandato.

Bibliografia

- AAVV (2002). *Media, Jornalismo e Democracia: Comunicações apresentadas em Seminário Internacional*. Lisboa: Livros Horizonte
- Alexandre, M. (2004). Representação Social: uma genealogia do conceito. *Comum* 10(23), 122-138.
- Anderson, A. (1997). *Media, Culture and the Environment*. UK: Routledge
- Andresen, S. & Gulbrandsen, L. (2003). *The Role of Green NGOs in Promoting Climate Compliance*. Norway: Fridtjof Nansen Institute
- Breed, Warren (1955). Newspaper opinion leaders and the process of standardization. *Journalism Quarterly* 32(3), 277-284
- Carvalho, I.C.M. & Steil, C.A. (2009). O habitus ecológico e a educação da percepção: fundamentos antropológicos para a educação ambiental. *Educação & Realidade*, 34(3), 81-94.
- Chapman, J & Fisher, T. (2000). The effectiveness of NGO campaigning: lessons from practice. *Development in practice* 10(2), 151-165
- Durkheim, E. (1989). *Les formes élémentaires de la vie religieuse le système totémique en Australie - 7ème ed.* Paris: Quadrige/Puf
- Ericson, R., Baranek, P.M. & Chan, J.B. (1989). *Negotiating Control: A Study of News Sources*. Toronto: Univ of Toronto Press
- Gans, H.J. (2003). *Deciding What's News: A Study of CBS Evening News, NBC Nightly News, Newsweek, and Time - 2nd ed.* USA: Northwestern University Press
- Gitlin, T. (1980). *The Whole World is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left, With a New Preface*. USA: University of California
- Gonçalves, M.E. (2001). *O caso de Foz Côa um laboratório de análise sociopolítica*. Lisboa: Edições 70
- Hilgartner, S. & Bosk, C. (1988). The Rise and Fall of Social Problems: A Public Arenas Model. *The American Journal of Sociology* 94(1), 53-78
- Ingold, T. (2000). *The Perception of the Environment: Essays on Livelihood, Dwelling and Skill*. UK: Routledge
- Kitzinger, J. & Reilly, J. (2002). *Ascensão e queda de notícias de risco*. Coimbra: Minerva
- Manning, P. (2001). *News and News Sources: A Critical Introduction - 1st ed.* London & New York: Sage Publications.
- McCombs, M. (2009). *A Teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública*. São Paulo: Editora Vozes.
- McQuail, D. (2003). *Teoria da comunicação de massas*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian
- Mensing, Donica (1998) *The Economics on Online Newspapers*, Presented at the 81th annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Communication. Baltimore, MD, 1998. <https://list.msu.edu/cgi-bin/wa?A2=ind9812a&L=AEJMC&P=44065>
- Merleau-Ponty, M. (1968). *The Visible and the Invisible - First Edition*. USA: Northwestern University Press.
- Merleau-Ponty, M. (1971). *Fenomenologia da Percepção*. Rio de Janeiro: Livraria Freitas Bastos.

- Molotch, H. & Lester, M. (1975). *Accidental News: The Great Oil Spill as Local Occurrence and National Event*. USA: National Emergency Training Center.
- Molotch, H. & Lester, M. (1999). «As notícias como procedimento intencional: acerca do uso estratégico de acontecimentos de rotina, acidentes e escândalos». In N. Traquina. *Jornalismo: questões, teorias e "estórias"*. Lisboa: Vega
- Moscovici, S. (2003). *Representações sociais: investigações em Psicologia Social*. Rio de Janeiro: Vozes
- Neto, P. (2006). *O Ruído das Luzes: Jornalismo e Internet em Portugal*, Dissertação de Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação. Lisboa, ISCTE-IUL.
- Regan, T. (2000). Technology is changing journalism. *Nieman Reports*, 54(4).
- Santos, R. (2003). *Jornalistas e fontes de informação: a sua relação na perspectiva da sociologia do jornalismo* - 1a ed. Coimbra: Minerva
- Schmidt, L. (2003). *Ambiente no ecrã emissões e demissões no serviço público televisivo*. Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais
- Sigal, L. V. (1973). *Reporters and Officials: The Organization and Politics of Newsmaking*. USA: D C Heath & Co.
- Tarrow, S. (1998). *Power in Movement: Social Movements and Contentious Politics* - 2nd ed. Cambridge: Cambridge University Press.
- Traquina, N. (2002). *Jornalismo*. Lisboa: Quimera.
- Treichler, P. A. (1999). *How to Have Theory in an Epidemic: Cultural Chronicles of AIDS* - 1st ed. USA: Duke University Press Books
- Tuchman, G. (2002). *A Notícia como realidade construída*. In J.P. Esteves (Org.). *Comunicação e Sociedade*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Tunstall, J. (1971). *Journalists at Work: Specialist Correspondents, Their News Organizations, News-Sources and Competitor-Colleagues*. UK: Constable & Robinson Limited
- Weir, D. (2000). Web journalism crosses many traditional lines. *Nieman Reports*, 54 (4).