

O que é o jornalismo?



“A literatura é a arte de escrever algo que vai ser lido muitas vezes. O jornalismo vai ser lido apenas uma.”

“O público tem uma curiosidade insaciável de saber tudo, menos o que realmente vale a pena saber. O jornalismo sabendo disso e imerso no espírito comercial, fornece essa procura.”

“O jornalismo consiste, em grande medida no ato de anunciar que Lord James morreu a pessoas que nem sabem quem ele foi.”

“O jornalismo é a coscuvilhice organizada.”

“Ainda acredito que se o vosso objetivo é mudar o mundo, o jornalismo ainda é a arma mais rápida e eficaz.”

História do Jornalismo

Filósofos e homens de letras defendiam a liberdade de expressão mais em relação aos livros.

Em geral, gozam de má reputação (XVII, XIX):

- Considerar que os jornalistas eram autores de uma escrita sem estilo de poesia.
- Sem escrúpulos que se vendiam a interesses políticos e económicos.



Mesmo antes da criação dos jornalistas a perseguição do mensageiro era uma prática comum.



Corretiva à ideia de que a informação é uma mercadoria de valor.

Já nessa altura, quando as notícias circulavam em cartas noticiosas ou por transmissão oral apenas, (por intermédio de mensageiro) havia quem quisesse “silenciar informação”, ou seja, calar o mensageiro.

Especialmente importante no ponto de vista político e económico:

- Primeiras publicações informativas: Compilação de notícias.

Destinadas a auxiliar circuitos de produtores a avaliarem corretamente as tendências futuras da produção e os comerciantes a venderem com êxito vários géneros de mercado.

- O Jornalismo aparece então como um fenómeno social, emergindo num contexto histórico específico, determinados por fatores políticos e económicos que ajudam a compreender a sua história.
- Apenar disso, ainda hoje, o jornalismo nem sempre consegue ser imparcial.

Ex:

→ Jornal Bola » Benfica

→ Jornal Jogo » Porto

“Jornal” – Está ligado à ideia de dia, diária e pertence a um campo semântico que abarca o objeto, formato ou suporte das notícias, mas também que sejam notícias de atualidade.

→ Em todo este espaço está presente a noção de tempo (espeço unitário e finito).

→ Um jornalista tenderia a dizer que o jornalismo pode ser explicado como a resposta social, enquanto grupo, damos às perguntas.

→ O presente como o tempo mais importante para o jornalismo.

Jornais (Temas):

Correio da manha: Futebol; dinheiro; mulheres.

Jornal de Notícias: Mais sóbrio. Temas mais relevantes.

Público: Mesma filosofia do CM, mas mais picky. Nem tudo o que é escândalo é notícia.

i: Criativo visualmente; maior jogo visual.

Características do jornalismo

Atualidade

- Relação e orientação para os problemas, factos, fenómenos, questões e ideias do dia; Relacionamento de história com o presente.

Universalidade

- O jornalismo deve informar acerca de todos os problemas vitais para os membros da sociedade.
- Editorias: Normalmente é uma área temática. » Todos juntos refletem a atualidade.

Fidelidade aos factos

- Apresentação de forma precisa e concreta, em “a ardente evidencia dos próprios factos” ≠ fake news

Multiplicidade

- Informação diversa para diferentes interesses.

Periodicidade

- Acompanham de forma continua de desenvolvimento da realidade social atual.

Rapidez

- Baseada na necessidade de conhecer o estado das coisas.

Liberdade de expressão

Os jornalistas são uma espécie mandatários da liberdade de expressão e do direito à informação do cidadão.

1644: defesa fundamentalmente da liberdade de expressão – John Milton.

4º Poder

Precisamente dessa espécie de mandato tácito. Segundo o qual aos jornalistas cumpre vigiar, em nome do cidadão, os outros 3 poderes.

Valor notícia: Quando o cão morde o Homem não é notícia, mas quando o Homem morde o cão, é notícia.

Jornalismo e Jornalista

Conceito proposto para caracterizar um duplo papel.

Proteção: Jornalista como guardiões dos cidadãos, protegidos de abusos do poder.

Capacidade: jornalistas vistos simultaneamente como veículos de informação, como quem fornecia aos cidadãos com ferramentas vitais ao exercício dos seus direitos.

Especificidade do jornalismo:

Atualidade vs História

Realidade vs. Ficção

Objetividade vs. Subjetividade

Concisão vs. Expansão

Utilidade vs Prazer

Jornalismo Literatura



- Frases curtas
- Palavras simples
- Privilégio aos factos
- Economia de objetivos
- Atribuição de opinião: “”
- Mais importante» menos importante
- Explicação sem rodeios

Prioridades das notícias

Acontecimento » Evento » Notícias

Acontecimentos:

“Ato ou efeito de **acontecer aquilo que acontece**, ocorrência facto notícia, caso notável êxito.”

O Jornalismo constrói-se em torno de acontecimento

É noticiável o que tem estatuto de acontecimentos... que é a mesma coisa que aquilo que acontece.

Algo que muda o estado de algo. Ex: 11 setembro 2001

Um acontecimento **acontece a alguém**. Não é independente nem autoexplicativo, não são suas características intrínsecas que fazem o que destaque, mas **o poder que ele tem de afetar um sujeito** – uma pessoa, uma coletividade. O acontecimento é **porque interrompe à rotina**, atravessa o já esperado e conhecido, **se faz notar por aqueles a quem acontece**. Uma ocorrência que não nos afeta não se torna um acontecimento de domínio da vida.

Acontecimento ≠ Ocorrência

Ex: UTAD a arder vs. Uma árvore da UTAD a arder

O acontecimento **convoca passado e futuro**.

O acontecimento é instância de conhecimento – ele **faz pensar**, ele **intriga**, ele **provoca**, ele **promove buscas** e investigações.

Acontecimento Vs. Evento

Embora no senso comum se considere o evento como equivalente de acontecimento, o evento mais o sentido de “acontecimento organizado”.

Ex: Congresso, inaugurações de um edifício ou exposição

Esclarecimentos: No evento, os jornalistas já sabem que vai acontecer. Prepara-se e sabe que pode noticiá-lo. Com o acontecimento, todos são apanhados de surpresa.

A palavra facto é indesmentível. É uma constatação.

↓
Mas a partir deles, em conformidade com as sensibilidades, crenças e valores pessoais, formamos opinião.

- ↓
- Contrário de opinião;
 - Atestam a verdade;
 - Suporte da informação;

Nem todos os factos são mediados da mesma forma.

Ex: ataque às torres gémeas. » Noticiado com início de guerra

↓
Facto

↓
Acontecimento

Process “Événementiel” » Existe o acontecimento de 3 etapas

1. Algo ocorre e modifique o estado normal das coisas no mundo.
2. Que um sujeito dotado de sensibilidade perceba essa mudança.
3. Que esse sujeito atribua sentido a essa mudança.

↓
Transformação do jornalismo em discurso

- O jornalismo é um dos meios de enquadrar e regular os acontecimentos;
- Tem como características expor e promover discussões e soluções.

Jornalismo com janela para o mundo

Media como espelho da realidade

- ↓
- Ideia ingénua de que o jornalismo/ notícia é o reflexo da realidade.
 - É difícil ser objetivo no jornalismo, porque os backgrounds acabam por influenciar a notícia.

Na verdade, o que vemos, reparamos no que reparamos, ou seja, atribuímos o valor de acontecimento através de convenções e quadros de perceção particulares, ligados a:

1. Competências sociopsicológicas;

2. Competências linguísticas;
3. Posição social dos atores – jornalistas;
4. Especialidades culturais e sociais (valores, uso, costumes);
5. Lógicas e rotinas da organização empregadora/ estrutura profissional.

Informação	Vs.	Opinião
<ul style="list-style-type: none"> • Linguagem factual e objetiva. • Dispensa adjetivos valorativos. • Nunca usar o “nós”. • Gêneros predominantemente: <ul style="list-style-type: none"> → Notícia; → Reportagem; 		<ul style="list-style-type: none"> • Linguagem subjetiva e valorativa. • Privilégio da opinião e do comentário. • Aceitável ao recurso da primeira pessoa. • Géneros predominantes: <ul style="list-style-type: none"> → Critica → Cronicas

Antes: a diferença de um olhar

Record vs. Publico

“Lesão arrepiante de André gomes: adversário ficou a chorar.” – Sensacionalista, acompanhado por adjetivos e imagem ilustrativa do pé partido.

Vs.

“André gomes lesiona se com gravidade no tornozelo frete ao ...” - Título mais sóbrio e imagem de segundo antes da lesão.

Teorias do jornalismo

1. Gatekeeping:

Quem é que decide o que é notícia e como se opera a seleção e a hierarquia.

2. Agenda setting:

Como se estabelece a agenda pública: quem define o papel dos media.

3. Framing:

Perspetivas dominantes na perspetivação do mundo.

Qual a perspectiva que se compartilha sob determinada realidade. Ex.: Record vs. Publico.

4. Accountability:

Exigir responsabilidade e prestação de contas.

Os jornalistas têm o direito de exigir prestação de contas e justificação em relação a algo com valor notícia, mesmo a personagens em cargos elevados, como políticos.

Ex: exigir explicação a André Ventura sobre a contradição da tese de doutoramento e das suas posições no palco político.

Jornalismo na esfera pública

Fontes «» Jornalistas «» Leitores

Factos «» Média «» Notícia



1. Gatekeeping

Gatekeeper é a pessoa que controla o acesso a alguma coisa (era, por exemplo, a pessoa que controlava o acesso a uma cidade na sua porta de entrada).

No sec. XX, o termo tornou-se uma **metáfora** para referir todos aqueles que decidem se uma informação deve ser veiculada ou não pelos média.

É a **Kurt Lewin** que devemos a utilização do termo neste contexto (no sentido de uma espécie de “porteiro da redação”).

Estudo de D. Manning White (1950)

- *Contexto:*
Jornal de 30000 exemplares do Midwest (EUA)
- *Gatekeeper:*
Editor telegráfico, com cerca de 40 anos e 25 anos de experiência jornalística.
- *Objeto do estudo:*
Conhecer as razões pelas quais o gatekeeper rejeitava os takes das agências de notícias.
- *Como decorreu:* Durante a semana de fevereiro de 1949, o “Mr. Gates” assinou a razão pela qual rejeitava as peças;

- *Resultados:* 9 em cada 10 notícias eram rejeitadas (90%). Motivos: Pouca importância ou valor-notícia. Falta de espaço ou escrita pouco apelativa.
- *Conclusões:*
O espaço disponível é um critério fundamental;
Grande subjetividade nas escolhas efetuadas;
Reticências quanto aos casos sensacionalistas.

“As pessoas tendem a ver como verdade somente aqueles happenings que se adaptam às suas próprias convicções relativamente ao que é provável acontecer” (White, 1950).

“As decisões do gatekeeper são tomadas menos a partir de uma avaliação individual na noticiabilidade do que em relação a um conjunto de valores que incluem critérios, quer profissionais, quer organizativos.” (Robinson citado em Wolf, 1989)

Gatekeeping como **zonas de filtros**. *A internet como um desafio para o gatekeeping.*

2. Agenda setting

Metáfora da agenda

“a hipótese do agenda-setting não defende que os media pretendam persuadir. Descrevendo a realidade, os media apresentam ao público uma lista daquilo sobre que é necessário ter uma opinião” (Shaw, 1979)

O agenda-setting escolhe o que é mais importante da agenda mediática e da agenda pública.

Não vemos nem conhecemos o mundo todo, ou tudo o que acontece, mas apenas aquilo que os media colocam na nossa agenda.

Realidade » Realidade mediatizada » Perceção pública da realidade mediática

“Embora a imprensa, na maior parte das vezes, pode não ser bem sucedida ao indicar às pessoas **como pensar**, é espantosamente eficaz ao dizer aos seus leitores **sobre o que pensar**”

(Bernard Cohen, 1963)

Estudo de McCombs & Shaw (1972)

- **Objetivos:** investigar o eleitorado americano indeciso em 1968 através da pergunta:
 “O que é que o tem preocupado mais nestes dias? Quais são as 2/ 3 questões que os governos deveriam resolver?”
- **Lições do estudo:**
 - Os eleitores partilharam, na maioria das vezes, assuntos que faziam parte da agência mediática daquela altura;
 - Esta influência é tanto mais eficaz se envolver questões que o público não tem experiência direta;
 - O efeito de agendamento tem mais probabilidade de ocorrer em pessoas com grande necessidade de obter informação.
- **Quem atua decisivamente na agenda dos média**
 - Editores;
 - “Spin doctors” - dão informações aos jornalistas em troca de secretismo;
 - Assessores de imprensa;
 - Relações públicas;
 - Publicitários;
 - Lóbis, interesses organizados.
- **Menos eficaz:**
 - Questões não envolventes: Afastadas das experiências das pessoas;
 - Audiências passivas e pouco interessadas.
- **Mais eficaz:**
 - Questões envolventes: Próximas das experiências das pessoas;
 - Audiências ativas e informativas.

“As pessoas têm tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos aquilo que os media incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. Além disso, o público tende a atribuir àquilo que esse conteúdo inclui uma importância que reflete de perto a ênfase atribuída pelos media aos acontecimentos, problemas, às pessoas”

(Shaw, citado por Wolf, 1989)

3. Framing

Forma como uma realidade é normalmente tratada nos media. (frame – Moldura ou instante). Ex.: Príncipe William que parece a levantar o dedo, mas na verdade estava com os três dedos levantados.

Modalidade através da qual se filtra e constrói a informação difundida. Como?

↙ Através do frame, da orientação, de um enquadramento específico.

“Os seres humanos integram novos elementos de realidade em quadros que fazem sentido para eles. Preconceitos pessoais, experiências passadas, sentimentos religiosos, valores, educação (...) tudo contribui para o enquadramento da realidade social”

Michael Ryan (2004)

O facto de que nas mesmas alturas se fala sempre da mesma coisa (Verão » Algarve – Inverno » Norte do país – Verão na secção da cultura – Apenas os festivais) revela o framing.

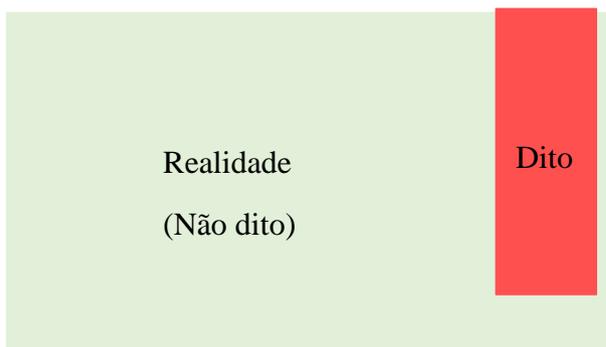
1. Proporciona um molde (ou modelo) “template” que guia o jornalista na reunião dos factos, citações e outros elementos;
2. Orienta as interpretações por parte da audiência;
3. Transmite significados culturais importantes;
4. O modo como as notícias são enquadradas pelos media resulta das rotinas sociais e profissionais dos jornalistas (Van Dijk, 1985);
5. Pode resultar também da ideologia e do preconceito (Edelman, 1983);
6. Pode ainda relacionar-se com a interação entre as normas e práticas jornalistas e a influencia de grupos de interesses.

“*News frame*: os padrões persistentes de cognição, interpretação, apresentação, seleção, ênfase e exclusão com que os manuseadores de símbolos organizam habitualmente o discurso, quer verbal, quer visual”

(Gitlin, 1980)

Dependendo dos jornais, os framings podem mudar. Ex.: O diabo é voltado para a direita e por isso põe o Salazar muitas vezes na capa, e manda “bocas” à esquerda.

Gráfico que representa a relação da “REALIDADE «» DITO/ NÃO DITO”



Razões para o não dito nos media:

- Invisibilidade;
- Desinteresse;
- Secundarização;
- Censura;

4. Accountability

(Bruns & Himmler, 2014)

1. Os eleitores não têm tempo/disponibilidade/acesso para pedir “satisfações” aos governantes;
2. Manter “Alinhados” os discursos entre os governantes e os eleitores;
3. A crescente informação sobre um determinado agente político aumenta as possibilidades de mediatização dessa personalidade, exigindo-se-lhe responsabilidade;
4. As escolhas dos cidadãos dependem do tratamento mediático, envolvendo a sedimentação de percepções públicas – opinião pública.

Notas finais sobre as teorias do jornalismo

As preocupações dos estudos sobre o jornalismo:

1. A influencia do jornalismo na sociedade;
2. O critério de seleção das matérias a noticiar;
3. Condicionantes e potencialidades da organização jornalística;
4. O peso de diversos poderes sobre a produção jornalística;
5. A possibilidade de relatar os factos “como eles ocorreram”;
6. A relação dos cidadãos e da sociedade com a informação de atualidade.

Níveis de seleção de hierarquização em jornalismo:

1. Assuntos e fontes; Ex.: Diabo vai sempre para a direita;
2. Cobertura e ângulos (Framing); Ex.: Não mostrar os bairros de lata de Paris;
3. Géneros jornalísticos;
4. Títulos e ilustrações;
5. Modos de receção; Ex.: Mesma informação sendo narrada e descrita de maneiras diferentes.

PARA AMANHÃ:

Iniciar o processo de escrita do perfil jornalístico. Tê-lo terminado até sábado dentro dos moldes que vão ser apresentados amanhã.

Perfil jornalístico

Apresentar uma pessoa, segundo a escrita jornalística, que, normalmente, não se conhece muito no espaço público, coisa que não nos impede de escrever um perfil sobre alguém mais conhecido. Apresentar a vida da personagem.

Quando a pessoa acaba de morrer é um obituário.

A natureza do perfil

“Os perfis são textos geralmente curtos que reconstituem um episódio e circunstâncias marcantes da vida de um indivíduo. Outras denominações e adaptações são encontradas (...)”

Regras de ouro na escrita

1. Uma frase, uma ideia. – Nada de gerúndio;
2. Usar palavras do dia a dia (por ex. “morrer” em vez de “perecer”);
3. Preferir palavras curtas (por ex. Discutir em vez de travar uma discussão”);
4. Usar expressões concretas em vez de adjetivos (por ex. “temperatura acima dos 40 graus” em vez de “calor abrasador”);

5. Evitar repetições, redundâncias, rodeios;
6. Evitar siglas que não sejam de conhecimento geral;
7. Evitar substituir o sujeito das frases por pronomes demonstrativos.

Ex:

O **Presidente da República** visitou a prisão de Braga. **Este** considerou que há más condições nas cadeias.

O **Presidente da República** visitou a prisão de Braga. **Marcelo Rebelo de Sousa** considerou que há más condições nas cadeias.

8. Nunca tratar os protagonistas da notícia por títulos honorários (não são doutores ou engenheiros numa notícia).
9. Má conjugação verbal: consultar ciber-dúvidas.
10. Evitar frases feitas, chavões e palavras de ordem;
11. Evitar palavras substitutas (tal, este, aquele, o mesmo, o qual...)
12. Procurar a diversidade de vocabulário. As repetições denotam pobreza e “soam” mal;
13. Diversificar a introdução de citações (diretas ou indiretas) com a introdução de: Disse, informou, criticou, censurou, elogiou;
14. Correção gramatical a cima de tudo:
Concordância dos verbos com o sujeito.

Visão sobre o jornalista (Questões orientadoras)

- Quando nasceu a profissão?
- A profissão é mais relacionada a homens ou mulheres?
- É preciso ter curso?
- O que é preciso para ser jornalista?

Entre as duas maneiras de ver o jornalista, está a necessidade de o reconhecer como um *profissional*.

- Alquimista de notícia; Escrevinhadores; Escória da sociedade;

≠

- O jornalista como uma espécie de missionário altruísta: altruísta, militante, vigilante

Apesar de haver jornais desde o século XV-XVI, o jornalista só se estabelece como profissional (pertencente a um grupo profissional específico) a partir do final do século XIX.

Todo o século XX é atravessado por um debate sobre a **profissionalização do jornalismo**



Implicações: Enquadramento legal; Tabelas específicas de salários; formação (sim ou não?); direitos e deveres; reconhecimento da condição de assalariado...

O Jornalismo como profissão

Supõe a conjugação de duas lógicas:

- **A lógica empresarial :**
Com um estatuto editorial, um conjunto de orientações estratégicas, de recursos disponíveis, de hierarquias funcionais, de objetivos e metas;
- **A lógica profissional:**
História e memória da profissão, normas e códigos partilhados, controlo relativo da 'base cognitiva da profissão'.

Na sociologia das profissões, consideram-se relevantes dois parâmetros:

- a) **Legitimação social:** a sociedade reconhece que determinado conjunto de profissionais são os únicos a quem compete prestar determinados serviços à comunidade (neste caso, a informação de atualidade);
- b) **Reconhecimento dos pares,** relativo aos processos, valores e normas de ação.

Documentos legais:

1. Estatuto do jornalista;
2. Regulamento da Comissão da Carteira Profissional do Jornalista;
3. Código Deontológico dos Jornalistas Portugueses.

Profissões no jornalismo

- Repórter:
Tanto em campo como em redação, mas mais tempo na redação

- Redator;
- Copy desk:
Responsável por corrigir as gralhas do jornalismo
- Secretário de redação:
Trata da logística dos jornalistas quando eles se têm de deslocar. Uma parte mais burocrática;
- Diretor de informação:
Responsável para a publicação X ver a vida;
- Editor:
Responsável por aquela área;
- Chefe de redação:
Chefe dos editores; gerir os recursos humanos em função da agenda;
- Repórter fotográfico: Tirar fotografias;
- Operador de imagem: Gravações;
- Enviado especial:
Alguém que vai de propósito a algum sítio para uma peça;
- Correspondente: Alguém que vive num país e cobre todas as peças desse local;
- Infográfico;
- Cartoonista;
- Colaborador;

O Jornalismo como missão

Investigações de Weaver e Wilhoit (1986)

1. Divulgador: Obter e fazer circular informação;
2. Interprete: Analisar, interpretar, investigar e discutir os assuntos;
3. Adversário: Relativamente aos poderes políticos, económicos;

Deve o jornalista assumir-se como **neutro** face àquilo que noticia ou, antes, como **participante**?

Para a semana: Cada grupo tem de começar a trazer ideias sobre o que queremos fazer em termos concretos.

Antecipação de questões éticas

Separação clara entre opinião e informação. Por exemplo, os adeptos de alguns clubs, que são jornalistas, têm de relatar factos e não opiniões.

Função social do jornalismo

Profissão frágil, em crise, mas com uma missão de serviço público fundamental para a democracia e a cidadania ativa.

Onde trabalham os jornalistas:

- 26,4% dedica-se á informação local ou regional (seja em meios locais ou nacionais).
- 16,5% desenvolve outras atividades remuneradas em paralelo com o jornalismo (33,7% no ensino ou formação; 25,% no comercio ou serviços; 13,5% na escrita, revisão ou tradução)
- 13,3% interrompeu a profissão de forma voluntária para desenvolver outras atividades profissionais, sendo as principais Assessoria (16,7%), Comércio ou Serviços (10,9%) e agências e gabinetes de comunicação (10,0%).
- 58,89% repórter/redator, 7,7% fotojornalista, 6,8% redator de imagem.
- 6,8% direção, 4,2% chefia, 11,3% edição (total de 22,3%)
- 46,5% imprensa como atividade principal, 8,7% como atividade secundária.
- 23,1% jornalismo online (site) como atividade principal, 15,9% como atividade secundária, o que significa que 39% dos profissionais publica em sites.

Estatuto do jornalista

São considerados jornalistas aqueles que, com ocupação principal, permanente e remunerada, exercem funções de pesquisa, recolha, seleção e tratamento de factos, notícias ou opiniões, através de texto, imagem ou som, destinados a divulgação informativa pela imprensa por agência noticiosa, pela rádio, pela televisão ou por outra forma de difusão eletrónica.

Não constitui atividade jornalística o exercício de funções referidas no número anterior quando desempenhadas ao serviço de publicações de natureza predominantemente promocional, ou cujo objeto específico consista em divulgar, publicitar ou por qualquer forma das a conhecer instituições, empresas, produtos ou serviços. Segundo critérios de oportunidade comercial ou industrial.

Não precisa de tirar um curso profissional. Basta ser maior de idade e estar no pleno gozo dos direitos civis.

“Se não tiver estatuto a natureza do seu ofício (o que é o mais frequente), o jornalista ignorará a sua condição de roda de um relógio que cumpre com exatidão as suas rotações sem saber que hora é” – Enrique de Aguinaga, 2002

Atividades incompatíveis com a de jornalismo:

- Atividades de publicidade e marketing
- Atividades de comunicação institucional
- Funções militares ou políticas
- Função governamentais ou autárquicas

Direito dos jornalistas

1. A liberdade de expressão e criação;
2. A liberdade de acesso às fontes de informação;
3. A garantia de sigilo profissional;
4. A garantia de independência;
5. A participação na orientação do respetivo órgão de informação;

Deveres do jornalista

- Respeito pela ética profissional, informando com rigor e isenção;
- Respeitar a orientação e os objetivos definidos no estatuto editorial do órgão para que trabalham;
- Abster de formular acusações sem provas e respeitar a presunção de inocência;
- Não identificar, direta ou indiretamente, as vítimas de crimes sexuais, e menos que tiveram sido objeto de medidas tutelares sensacionalistas;
- Não tratar discriminatoriamente as pessoas, em função da cor, raça, religião, nacionalidade ou gênero.
- Abster-se de recolher declarações ou imagens que atinjam a dignidade;
- Respeitar a privacidade;
- Não falsificar ou encenar situações;
- Não recolher imagens e sons com o recurso a meios não autorizados.

Bases do jornalismo:

- Independência
- Verdade;
- Verificação;
- Cidadãos;

1. A primeira obrigação do jornalista é a **verdade**;
2. A sua primeira lealdade é para com os **cidadãos**;
3. A sua essência é a disciplina da **verificação**;
4. Os seus profissionais devem ser **independentes** dos factos e pessoas sobre que informam;
5. Deve servir como **vigilante independente** do poder.
6. Deve valorizar a **expressão às críticas e ao compromisso publico**;
7. Esforçar-se por **fazer do importante algo de interessante** e oportuno;
8. Deve seguir as notícias de forma **exaustiva e equilibrada**;
9. Os seus profissionais devem ter direito a fazer aquilo que lhes dita a **consciência**;
10. Também **os cidadãos** têm direito e responsabilidades no que diz respeito à informação noticiosa.

O código deontológico jornalístico: narrativas e erros comuns

(Pitchfork é um dos órgãos de comunicação social jornalístico mais conhecidos.)

- Em 1972, foi elaborado o projeto de um código de Deontologia Profissional do Jornalista em Portugal;
- Este projeto esteve a cargo da comissão do Código Deontológico, constituída por vários jornalistas e aprovada pela direção do Sindicato dos Jornalistas, depois de ouvido o Conselho Técnico e de Disciplina;
- Foi então presente à assembleia Geral do Sindicato;
- A primeira versão dará de 1976 e tinha apenas dois capítulos;

(Importante para a frequência: Exemplo de algo que vai contra o código deontológico e explicar o ponto e como é que é quebrado)

Código Deontológico

- 1. O jornalista deve relatar os factos com rigor, exatidão e interpretá-los com honestidade.**
Os factos devem ser comprovados, ouvindo as partes com interesses atendíveis no caso. A distinção entre notícias, opinião e até mesmo anúncios publicitários deve ficar bem clara aos olhos do público.
- 2. O jornalista deve combater a censura e o sensacionalismo.**
Deve considerar a acusação sem provas e o plágio como graves faltas profissionais.
- 3. O jornalista deve lutar contra as restrições no acesso às fontes de informação e as tentativas de limitar a liberdade de expressão e o direito de informar. É obrigação do jornalista divulgar as ofensas a esses direitos.**
- 4. O jornalista deve utilizar meios leais para obter informações, imagens ou documentos e proibir-se de abusar da boa fé de quem quer que seja.** A identificação como jornalista é a regra e outros processos só podem justificar-se por razões de incontestável interesse público e depois de verificada a impossibilidade de obtenção de informação relevante pelos processos normais.
- 5. O jornalista deve assumir a responsabilidade por todos os atos profissionais,** assim como devem promover a pronta retificação das informações que se revelem inexatas ou falsas. Se erraram, tem de admitir que o fizeram.
- 6. O jornalista deve recusar as práticas jornalísticas que violentem a sua consciência.**
O jornalista não deve aceitar as práticas jornalísticas que vão contra a sua consciência.

O jornalista pode usar a cláusula de consciência em duas situações:

1. ter sido contratado para um projeto editorial que mude radicalmente de linha editorial (o jornalista pode alegar justa causa para se ir embora e ser indemnizado);
 2. não obedecer a uma ordem que viola um princípio do código deontológico.
- 7. O jornalista deve usar como critério fundamental a identificação de fontes.**

O jornalista não deve revelar, mesmo em juízo, as suas fontes confidenciais de informação, nem desrespeitar os compromissos assumidos, exceto se o tentarem usar para canalizar informações falsas. As opiniões devem ser sempre atribuídas.

8. O jornalista deve salvaguardar a presunção de inocência dos arguidos até a sentença transitar em julgado.

O jornalista não deve identificar, direta ou indiretamente, as vítimas de crimes sexuais. O jornalista não deve identificar, direta ou indiretamente, menores, sejam fontes, sejam testemunhas de factos noticiosos, sejam vítimas ou autores de atos que a lei qualifica como crime. O jornalista deve proibir-se de humilhar as pessoas ou perturbar a sua dor.

9. O jornalista deve rejeitar o tratamento discriminatório das pessoas

Em função da ascendência, cor, etnia, língua, território de origem, religião, convicções políticas ou ideológicas, instrução, situação, económica, condição social, idade, sexo, género ou orientação sexual.

10. O jornalista deve respeitar a privacidade dos cidadãos

Exceto quando estiver em causa o interesse público ou a conduta do indivíduo contradiga, manifestamente, valores e princípios que publicamente defende. O jornalista obriga-se, antes de recolher declarações e imagens, a atender às condições de serenidade, liberdade, dignidade e responsabilidade das pessoas envolvidas.

11. O jornalismo deve recusar funções, tarefas de benefícios suscetíveis de comprometer o seu estatuto de independência e a sua integridade profissional.

O jornalista não deve valer-se da sua condição profissional para noticiar condição profissional para noticiar assuntos em que tenha interesse.

Carreiras/hierarquias do jornalismo

Contrato coletivo de trabalho (atual publicado em 2010)

Documento que define condições de acesso à profissão, categorias profissionais, termos de evolução de carreira, condições de trabalho (horas extraordinárias, horários...), direitos e deveres do empregador e do jornalista, direito de autor, procedimento disciplinar...

Estagiário

1. 12 meses: para licenciados na área de Ciências da Comunicação/ Jornalismo
2. 18 meses: para licenciados em outras áreas
3. 24 meses: para não-licenciados

Estagiários que tenham feito formação no CENJOR (centro de formação de jornalistas, em Lisboa) podem reduzir o estágio até 3 meses.

Categorias evolutivas do Jornalista

Grupo I

Grupo II

Grupo III

Grupo IV

Grupo V »»»»»»»» Grande repórter; redator principal

Diretor: “é o jornalista responsável pela orientação editorial do respectivo órgão de comunicação social”

Diretor-adjunto ou subdiretor: “é o jornalista que coadjuva o diretor e substitui nas suas ausências ou impedimentos”. Apoia o diretor na gestão da agência informativa.

Chefe de redação ou editor-chefe: “é o jornalista que dirige e coordena os serviços redatoriais do órgão de comunicação social e substitui o diretor nas suas ausências ou impedimentos, quando não exista diretor – adjunto ou subdiretor.” Distribui os temas dos trabalhos pelos jornalistas por editorias.

Chefe de redação adjunto ou chefe de redação adjunto: “é o jornalista que coadjuva o chefe de redação ou editor chefe e o substitui nas suas ausências ou impedimentos”

Editor: “é o jornalista que, na dependência do diretor ou do chefe de redação ou editor chefe, define a orientação editorial de uma determinada secção da redação, e a quem cabe também, não existindo editor-adjunto, a coordenação e a marcação de serviços” Quem revê os textos e dá as linhas guia de qualidade aos jornalistas. Primeira linha de frente da direção.

Editor-adjunto: “é o jornalista que coordena e marca serviços a um grupo de jornalistas encarregados de uma matéria determinada”.

Editor fotográfico: “É o jornalista que, na dependência do diretor ou do chefe de redação ou editor chefe, define a orientação da reportagem fotográfica e é diretamente responsável pelo material fotográfico que seja publicado.

Nota: na rádio, também se designa por “Editor” o jornalista responsável pela edição e apresentação de um noticiário.

Varia de órgão para órgão e de meio para meio (há funções específicas associadas a determinados meios que exigem organizar o trabalho de forma igualmente específica)

Hoje as redações são tendencialmente mais silenciosas

Tem menos gente

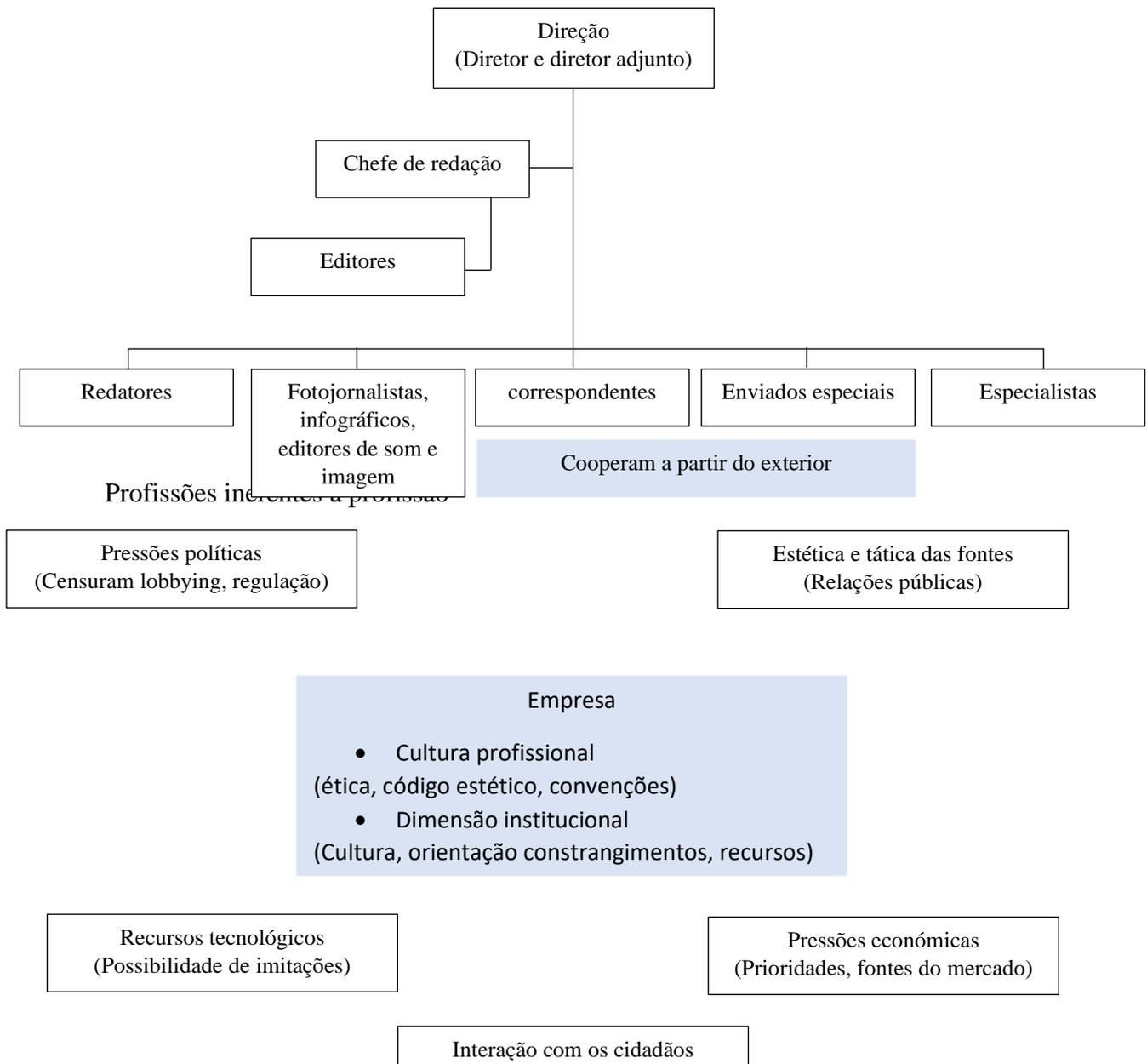
Os computadores são mais silenciosos do que as máquinas de escrever mecânicas

As pessoas falam entre si através de chat online em vez de gritarem para a secretaria do lado.

Embora grande parte do trabalho seja individual, o jornalista é sempre elemento de uma equipa.

- Individual
Documentar-se
- Equipa
Depende de indicações dos seus superiores
Trabalho coletivo pode ser mais eficaz (troca de ideias e informações; Conformação de intuições » a vantagem de pensar em conjunto.

Contactar fontes de informação
Redigir



Ameaças à profissão

- Dificuldades económicas (meios e recursos para trabalhar no exterior da redação » o que afeta significativas ao trabalho de reportagem e de investigação
- Precariedade da situação profissional;
- Emagrecimento das redações;
- Profissionalização das fontes;

- O convívio com o chamado “jornalismo do cidadão”;
- Tecnologias, novas oportunidades, mas também novas ameaças;
- Diminuição do material necessário por causa das novas tecnologias.

Apesar das tecnologias, os meios de comunicação digitais são mais úteis, mas o caderno de notas ainda é o mais indispensável instrumento de trabalho do jornalismo.

- Tomar notas dos nomes, números, contactos, moradas, datas, detalhes aparentemente irrelevantes;
- Esboçar relações entre factos...
- (Nota à mão não depende de eletricidade);

O desafio da internet

A internet e o digital mudaram completamente a lógica de acesso à informação (acesso a bases de dados e documentos sem necessidade de deslocação física do repórter, por exemplo).

O desafio não está no acesso, mas no saber procurar. Tirar a volumosa quantidade de informação disponível.

O acesso facilitado pode até contribuir um risco: O de aceder a elementos que baralham, confundem os factos...

O que é que o jornalista deve ter em termos de qualidades humanas

- Curiosidade (procura factos sustentáveis de sere denunciados);
- Espírito crítico;
- Precisão e exatidão;
- Astúcia e tenacidade;
- Atrevimento;
- Prudência;
- Iniciativa individual;

(...)

Uma atividade exigente

Muitas vezes o trabalho do jornalismo faz-se na adversidade.

- Intimidação;
- Pressão dos litígios;
- Tentativas de suborno;
- Esquemas de desinformação;
- Tensão emocional;
- Insegurança sobre o futuro;

Uma atividade muito escrutinada

Sujeito à opinião a quem presta um serviço;
“Condicionada” por processos de regulação
“apertados” Legislação Entidade Reguladora para a
Comunicação Social, Código Deontológico).

Visado pelas Provedores dos Leitores, dos Ouvintes e
dos Telespectadores;

Exposto a colunas de opinião;

Provador: Aquele que
medeia a relação entre os
jornalistas (e os órgãos de
comunicação) e o público.
Naqueles países, entendido
como um *defensor do
público*.

Fontes de informação (IMPORTANTEEE)

Etimologia

Fonte (do latim, *Fontus*, Deus dos poços e das nascentes)

↳ Filho de *Janus*: deus das portas e das passagens, representado por
dois rostos/ deus dos inícios e dos fins, do que começa e acaba (deu
origem a “janeiro”)

Quem são as fontes de informação

São pessoas, são grupos, são instituições sociais ou são vestígios – falas, documentos,
dados.

As Fontes remetem para posições e relações sociais, para interesses e pontos de vista,
para quadros espaço-temporalmente situados. Em suma, as fontes a que os jornalistas
recorrem ou que procuram os jornalistas são entidades interessadas, que dizer, estão
implicadas e desenvolvem a sua atividade a partir de estratégias e com táticas bem
definidas.

O que querem

- Visibilidade e atenção dos média;
- Marcação da agência pública e imposição de temas para foco de atenção coletiva;
- Angariação de apoio ou adesão a ideia/ produtos/ serviços;
- Prevenção ou reparação de prejuízos e malefícios;
- Neutralização de interesses concorrentes ou adversários;
- Criação de imagem política positiva;
- Obtenção de informação inédita;
- Confirmação ou desmentido para informações obtidas junto de outras fontes;
- Dissipação de dúvidas e desenvolvimento de matérias;
- Lançamento de ideias e debates;
- Fornecimento de avaliações e recomendações de peritos;
- Atribuição de credibilidade e legitimidade a informação diretamente recolhidas
pelo repórter.

Tipos

- Natureza: Pessoais ou documentais;
- Origem: Públicas (oficiais) ou privadas;
- Duração: episódica ou permanentes;
- Âmbito geográfico: Locais nacionais ou internacionais;
- Grau de envolvimento nos factos: oculares/ primárias ou diretas/indiretas;
- Atividade face ao jornalista: ativas (espontâneas, ávidas) ou passivas (abertas, resistentes);
- Identificação: assumidas/ explicitadas ou anónimas/ confidenciais;
- Metodologia ou estratégia: pró-ativas ou reativas, preventivas ou defensivas;

Fontes e Código deontológico

O que é o contraditório? – boa pergunta para a frequência: Ter dois pontos de vista, ouvir todos os elementos de algo; Ponto 1

Ter acesso à informação; ponto 2

Pedir autorização para utilizar as fontes; ponto 4; e o Ponto 7

Fontes de informação – **Síntese:**

São elementos que verificam a autenticidade da informação porque corroboram os dados selecionados pelo jornalista para relatar um acontecimento.

4 funções:

1. Facilitam os dados necessários para elaborar a informação;
 2. Confirmar as afirmações do jornalista;
 3. Dão credibilidade à informação (porque permitem incluir no relato informativo as opiniões de protagonistas dos acontecimentos, de observadores e de especialistas);
 4. Servem para diferenciar a informação da opinião.
- **Só se podem citar se houver autorização do informante** ou quando é um dado público que procede de um organismo oficial e por isso não necessita nenhuma informação;
 - Quando se trata de declarações, há que cuidar da estrutura do texto para que **as citações sejam inteligíveis**;
 - **As declarações não podem contradizer o resto do texto.** O texto do jornalista e o das declarações devem ser complementares, de modo a formar um conjunto coerente;

Tratamento

Usar **aspas** sempre que citamos uma fonte e damos-lhe o crédito em discurso indireto. No contexto televisivo, refere-se o que a fonte disse e acrescenta-se a fonte no discurso falado.

Identificação

Identificação direta: deve ser o mais completa possível »» facilita a compreensão, fornece a credibilidade da notícia porque certifica a veracidade dos dados que se utilizam e reforça, o valor informativo das opiniões.

Nome, apelido e cargo – NÃO HÁ REFERENCIA A TITULOS ex. Dr.

Nome e apelido se se tratar de um cidadão comum.

Identificação indireta: tem pouco valor informativo porque pode canalizar rumores.

“Fontes ouvidas pela rádio X ...” – serve para guardar o depoimento da fonte;

“Fonte do Governo ...” – Identifica-se apenas a fonte;

“Um vizinho...”

O que se deve fazer

Deve ser uma relação de confiança e de respeito mútuo.

Necessitam um ou outro. Supõe riscos e supõe constrangimentos.

- Identificação correta das fontes de informação (no caso de não serem anónimas);
- Usar formulas variadas para introduzir a informação das fontes:
 - De acordo com...
 - Segundo o comandante...
 - Na opinião de...
- Não descontextualizar as afirmações (afirmações descontextualizadas deturpam o sentido do texto/ da notícia);
- Procurar fontes de informação que sejam realmente relevantes para prestar informação pertinente;
- Ter uma boa agente de contacto.

Contacto

Por telefone:

- Método mais económico e rápido;
- Adequado à recolha de informação relativamente simples;

Pessoalmente

- Adequado à recolha de informação eventualmente mais complexas e a conversas/entrevistas mais demoradas;
- É mais seguro, porque o jornalista pode beneficiar de uma avaliação da linguagem não verbal;
- Permite uma relação mais próxima, eventualmente de maior confiança.

Conferencia de imprensa

No Brasil também pode chamar-se “coletiva de imprensa”

É um evento organizado por um gabinete de comunicação ou de assessoria de imprensa. É um convite aos jornalistas para uma sessão em que se pretende transmitir alguma informação em particular. » (???)

Como decorre

1ª parte:

Apresentação do assunto pelo porta-voz da instituição ou mesmo pelo protagonista (no caso de ser, por exemplo, um político) » duração desta parte depende de quem convoca a conferencia de imprensa, mas não é comum ser muito longa.

2ª parte:

Sessão de perguntas e respostas. Aqui os jornalistas procuram obter mais informações, esclarecem aspetos que resultam menos claros na apresentação feita ao longo da primeira parte ou confrontar o porta-voz com questões a que, a propósito daquele assunto, possa estar a tentar “fugir”.

Deveria ser a parte mais estimulante da conferencia de imprensa, porque é inclusive a que permite maior grau de surpresa ou imprevisibilidade.