

A competição entre televisão e imprensa no discurso metajornalístico

Ana Horta

Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa, Portugal

E-mail: ana.horta@ics.ul.pt

NUMA investigação do OberCom sobre a cobertura jornalística da regulação dos media (Horta, 2008), os dados obtidos conduziram a uma observação intrigante: a televisão aparecia largamente sobre-representada relativamente aos restantes meios de comunicação. E se bem que os dados reflectissem obviamente o facto de, no período analisado, ter sido discutida e aprovada a Lei da Televisão, a extensão do período analisado, oito meses, e a sucessão de acontecimentos relevantes a respeito de outras questões de regulação deixavam perceber que a sobre-representação da televisão na cobertura noticiosa não resultava exclusivamente daquele facto.

Numa primeira análise, o predomínio da representação da televisão foi justificado com a relevância pública deste meio de comunicação, já que, em capacidade de penetração, visibilidade e impacto social, a televisão ocupa uma posição hegemónica no sistema dos media.

No entanto, desde logo foi evidente que no discurso jornalístico sobre a televisão surgia uma outra questão: uma associação simbólica entre o meio televisivo, especialmente a estação de serviço público, e o poder político. Os dados analisados mostravam, por exemplo, uma valorização jornalística dos actores políticos como produtores de discurso sobre a televisão, em detrimento dos representantes dos media e do próprio grupo profissional.

Numa segunda leitura destes dados, emergiu uma interpretação mais aprofundada do significado da sobre-representação da televisão na cobertura jornalística. Neste texto pretende-se discutir essa interpretação. Nesse sentido, recorre-se à noção de discurso metajornalístico, procurando enquadrá-la na teoria do campo jornalístico de Pierre Bourdieu (1997).

O metajornalismo como forma de luta simbólica

O metajornalismo pode ser entendido como o tipo de discurso jornalístico que diz respeito aos próprios media, abrangendo informação, opinião ou crítica que tenha por objecto as práticas jornalísticas ou acontecimentos relacionados com os meios de comunicação. Trata-se do “jornalismo sobre o jornalismo” (Mesquita, 2003: 277).

Discurso auto-referente, comporta a noção central de vigilância sobre o próprio campo. Como diz Madalena Oliveira (2007: 247), o princípio clássico de que o jornalista nunca é notícia serviu durante muito tempo de argumento para que a imprensa resistisse à “vigilância com que ela sempre se impôs aos mais diversos actores sociais”. Embora exigisse transparência às outras actividades, o jornalismo tardou a tornar as suas próprias práticas mais transparentes. Porém, esse “pacto não-escrito de autodefesa” não resistiu ao interesse crescente do público (Mesquita, 2003: 280).

O desenvolvimento do metajornalismo terá significado não só uma tomada de consciência acerca do papel dos media no espaço público, como também “o imperativo de legitimar, a cada passo, as acções dos profissionais da informação” (Oliveira, 2007: 252). Baseando-se em Marc-François Bernier, Madalena Oliveira (2007: 291) defende que os jornalistas, sendo responsáveis pelo uso da liberdade de expressão, devem não só submeter-se a uma regulação ético-deontológica, como também a uma prestação pública de contas que permita confrontar as expectativas do público com o desempenho e as condutas dos profissionais da informação. Para isto é condição essencial que o público seja informado sobre as condições em que a informação é produzida. Nesta perspectiva, o metajornalismo é considerado uma prática adjuvante da cidadania (Oliveira, 2007: 20).

Porém, se o metajornalismo é um olhar sobre si próprio, não deve esquecer-se que o campo do jornalismo contém em si próprio distintos meios e agentes envolvidos em forte competição por bens escassos que não se esgotam na materialidade do investimento publicitário ou dos níveis de audiências, abrangendo recursos valiosos como o prestígio, a credibilidade ou a influência.

O campo jornalístico inclui as relações sociais entre os seus agentes. E, como diz Pierre Bourdieu, se estas são muitas vezes relações de convivência, ou cumplicidade objectiva, resultantes dos interesses comuns ligados à posição dos jornalistas no campo mais vasto da produção simbólica, bem como da

O metajornalismo como forma de luta simbólica

O metajornalismo pode ser entendido como o tipo de discurso jornalístico que diz respeito aos próprios media, abrangendo informação, opinião ou crítica que tenha por objecto as práticas jornalísticas ou acontecimentos relacionados com os meios de comunicação. Trata-se do “jornalismo sobre o jornalismo” (Mesquita, 2003: 277).

Discurso auto-referente, comporta a noção central de vigilância sobre o próprio campo. Como diz Madalena Oliveira (2007: 247), o princípio clássico de que o jornalista nunca é notícia serviu durante muito tempo de argumento para que a imprensa resistisse à “vigilância com que ela sempre se impôs aos mais diversos actores sociais”. Embora exigisse transparência às outras actividades, o jornalismo tardou a tornar as suas próprias práticas mais transparentes. Porém, esse “pacto não-escrito de autodefesa” não resistiu ao interesse crescente do público (Mesquita, 2003: 280).

O desenvolvimento do metajornalismo terá significado não só uma tomada de consciência acerca do papel dos media no espaço público, como também “o imperativo de legitimar, a cada passo, as acções dos profissionais da informação” (Oliveira, 2007: 252). Baseando-se em Marc-François Bernier, Madalena Oliveira (2007: 291) defende que os jornalistas, sendo responsáveis pelo uso da liberdade de expressão, devem não só submeter-se a uma regulação ético-deontológica, como também a uma prestação pública de contas que permita confrontar as expectativas do público com o desempenho e as condutas dos profissionais da informação. Para isto é condição essencial que o público seja informado sobre as condições em que a informação é produzida. Nesta perspectiva, o metajornalismo é considerado uma prática adjuvante da cidadania (Oliveira, 2007: 20).

Porém, se o metajornalismo é um olhar sobre si próprio, não deve esquecer-se que o campo do jornalismo contém em si próprio distintos meios e agentes envolvidos em forte competição por bens escassos que não se esgotam na materialidade do investimento publicitário ou dos níveis de audiências, abrangendo recursos valiosos como o prestígio, a credibilidade ou a influência.

O campo jornalístico inclui as relações sociais entre os seus agentes. E, como diz Pierre Bourdieu, se estas são muitas vezes relações de convivência, ou cumplicidade objectiva, resultantes dos interesses comuns ligados à posição dos jornalistas no campo mais vasto da produção simbólica, bem como da

partilha de estruturas cognitivas; no campo jornalístico observam-se também relações de concorrência, “encarniçada, implacável, até ao absurdo” (1997: 34). O campo jornalístico é constituído, além disso, por uma estrutura de relações de força entre os meios de comunicação que são objectivas, mas invisíveis, estabelecendo desigualdades e condicionando a capacidade de acção de cada meio e de cada jornalista. Estas relações de forças, que definem a posição que cada um ocupa no campo, medem-se quer pelo seu peso económico, quer simbólico (Bourdieu, 1997: 42). Trata-se assim de um “campo de lutas”, em que, na competição com os outros, cada um aplica a força que detém, procurando transformar ou conservar a sua posição na estrutura do campo (Bourdieu, 1997: 41).

Nesta perspectiva, a produção de discurso jornalístico sobre o campo dos media e do jornalismo não só afecta a percepção social do campo por parte do público, como também por parte dos próprios jornalistas, influenciando o jogo de forças dentro do campo através de modificações no peso simbólico de cada meio. Segundo Bourdieu (1997: 51-52), no campo jornalístico, como em qualquer outro, a produção pelos diferentes protagonistas de representações dos outros agentes com os quais se encontram em concorrência constituem efectivamente estratégias de luta, registando as relações de força entre eles e procurando modificá-las ou mantê-las.

O metajornalismo apresenta-se assim como um discurso que permite não só afirmar a coesão dentro do grupo dos jornalistas, pela legitimação das suas práticas profissionais junto do grande público, como também participar na competição dentro do próprio campo.

Como diz Mário Mesquita (2003: 277), pode identificar-se no metajornalismo uma função estratégica. Neste sentido, poderá dizer-se que se trata de um discurso que envolve a concorrência entre os media, as empresas jornalísticas e os próprios jornalistas. “O metajornalismo é um instrumento na competição entre diferentes actores no espaço publico” (Mesquita, 2003: 278). Segundo este autor, pode ainda atribuir-se-lhe funções auto-promocional e reguladora, dado ser também produzido de modo a promover o próprio meio e a discutir informalmente o cumprimento da ética e deontologia nas práticas profissionais do campo jornalístico.

Coloca-se assim a questão do que significa, em termos de relações de força no campo jornalístico, a sobre-representação da televisão no metajornalismo.

Posição da televisão no campo jornalístico

De acordo com Bourdieu (1997: 42), para avaliar a posição da televisão na relação de forças entre os media devem usar-se como indicadores o peso económico e simbólico que esta detém relativamente aos outros.

Considerando a distribuição do investimento publicitário pelos diversos media como o melhor indicador do seu peso económico, torna-se evidente que a televisão ocupa uma posição privilegiada. Nos últimos seis anos, a televisão aumentou as suas receitas publicitárias, tendo em 2008 captado 71,3% do investimento total no país, enquanto os jornais apenas obtiveram uma proporção de 17,8% (OberCom, 2008).

Pode também usar-se como indicador da participação no mercado dos diversos media algumas quantificações da sua penetração na sociedade. A este nível, as diferenças entre a televisão e os jornais são abissais. O tempo médio diário de visionamento de televisão dos portugueses tem-se mantido de modo relativamente estável um pouco acima das 3h20m nos últimos seis anos, sendo que em 2006 apenas 1,7% da população declarou não ver televisão durante a semana (OberCom, 2008). Acresce que o total de alojamentos com televisão por cabo tem crescido continuamente, tendo em 2008 atingido um milhão e 475 mil assinantes no país (OberCom, 2008). Quanto aos jornais, em 2008 nem o diário nem o semanário mais vendidos em Portugal atingiram os 120.000 exemplares pagos por edição (Meios&Publicidade, 2009).

Mas a televisão não detém uma posição dominante apenas em termos económicos. Como indicadores do peso simbólico dos diversos media podem tomar-se a credibilidade e a preferência como fonte de informação por parte do público. Ora, tem-se verificado que, quando se pergunta aos portugueses em que meio de comunicação mais confiam como fonte de informação, 76% declaram confiar preferencialmente na televisão, contra apenas 38% que dizem confiar sobretudo nos jornais, 21% que indicam a rádio, 9% a internet e 6% as revistas. Um padrão quase idêntico de distribuição de respostas obtém-se a respeito dos meios de comunicação que os indivíduos preferem usar para obter informação sobre política e assuntos políticos (Eurobarómetro, 2009). Deste modo, a televisão não só constitui a principal fonte de informação dos indivíduos como é aquela em que estes mais confiam.

Por outro lado, também no contexto profissional e organizativo dos media, a televisão ocupa uma posição privilegiada. Empregando uma minoria dos

jornalistas relativamente aos jornais, os que aí trabalham podem considerar-se uma elite, dado não só beneficiarem da notoriedade pública do meio como, tendencialmente, receberem salários mais elevados e terem qualificações escolares mais altas (Rieffel, 2001; Silva, 2000).

E no entanto, como assinala Pierre Bourdieu (1997: 42), esta posição dominante da televisão é relativamente recente. Quando a televisão surgiu era, inversamente, quase irrelevante no campo jornalístico. Os profissionais que trabalhavam na televisão encontravam-se então numa posição duplamente dominada por serem suspeitos de dependência face ao poder político e por dependerem efectivamente de subsídios do Estado. Como diz Paquete de Oliveira (1992: 1005), nos primeiros tempos da televisão em Portugal esta não só era altamente controlada pelo Estado como não teve grande impacto social, político ou cultural. A hegemonia televisiva tende a coincidir com a entrada em crise dos jornais, tendo sido determinante a abertura da televisão aos canais privados. Até então, a situação de monopólio televisivo era propiciadora de “silêncios” relativamente àquele meio (Oliveira, 1992: 1001). Televisão pública era sinónimo de manipulação política (Rebello, 1993: 657).

No campo jornalístico permanece actualmente uma certa resistência ao reconhecimento de que a televisão se tornou preponderante, o que pode explicar-se, segundo Venício Lima (2005: 40), pelo facto de as gerações dominantes de jornalistas terem sido socializadas num ambiente anterior à consolidação do audiovisual e terem obtido a sua formação profissional nas redacções de jornal. Além disso, como diz Paquete de Oliveira (1992: 1001), se durante muito tempo prevaleceu na esfera política a concepção de que a imprensa era o “meio nobre”, em confronto com a televisão, que estaria dirigida principalmente para as camadas populares, essa concepção parece perdurar entre os intelectuais e na gíria jornalística.

De facto, o sucesso do audiovisual tem sido acompanhado de um discurso crítico por parte de uma elite cultural bastante pessimista relativamente ao domínio de uma cultura mercantilizada e massificada (“a ditadura das audiências”) em que prevalece a lógica do entretenimento. Em contrapartida, a imprensa tende a associar-se aos mitos da luta pela liberdade de expressão. Como diz Dennis McQuail (2003: 22), a história da imprensa tende a ser entendida pelos jornalistas como uma luta pela liberdade de publicar, muitas vezes enquadrada num movimento mais amplo no sentido da liberdade, da democracia e dos direitos cívicos.

Em síntese, sendo evidente a hegemonia televisiva na actualidade, quer em termos económicos quer simbólicos, é preciso não esquecer as concepções desvalorizadoras da televisão que permanecem na memória do campo jornalístico.

A televisão enquanto objecto do discurso metajornalístico

Como sugere Madalena Oliveira (2007: 250), o metajornalismo desenvolveu-se nos anos 90 justamente com a atenção jornalística dada à televisão. A informação publicada sobre os media tendia a limitar-se à programação televisiva e a alguns comentários sobre programas de televisão. Terá sido sobretudo a entrada em funcionamento das televisões privadas e a emergência do fenómeno “guerra das audiências” que desencadearam a cobertura jornalística do campo. Então, como diz Madalena Oliveira (2007: 306), “da simples apreciação de alguns programas e anúncios de novidades rapidamente se passou à crítica das opções editoriais, da dignidade de alguns programas (a crítica de reality-shows é a mais frequente), dos efeitos da transmissão em directo de certos acontecimentos, dos limites da cobertura televisiva de desastres e do comportamento das audiências.”

Assim, a crítica à televisão, que se desenvolve centrada na programação, isto é, no entretenimento, alarga-se progressivamente à informação produzida, contendo a percepção de um efeito aglutinador da lógica comercial do entretenimento sobre o jornalismo televisivo. Ora, esta perspectiva serve de modo ideal a luta simbólica no campo jornalístico movida por uma imprensa em crise, ameaçada (na perda de investimento publicitário, audiências, notoriedade, centralidade, credibilidade) pela crescentemente hegemónica televisão (por seu lado absorvida numa agressiva concorrência interna).

Por outro lado, a pluralidade do discurso televisivo possibilitada pela abertura das televisões privadas, acrescida de uma inaudita capacidade de envolvimento do público, contribuíram para deslocar dos jornais para a televisão o centro da vida política.

Parecem assim estabelecidos os principais motes da luta simbólica da imprensa contra a televisão: vigilância por parte do “jornalismo sério” sobre a televisão-entretenimento que corrompe a cultura de massas, mas também vigilância sobre a televisão-controlável pelo poder político. O discurso me-

tajornalístico publicado na imprensa constitui então, sob a roupagem de um discurso ético e regulador (cf. Mesquita, 2003; Oliveira, 2007), uma forma invisível de luta simbólica visando minimizar a hegemonia televisiva no campo jornalístico. E neste quadro, como diz Bourdieu (1997: 52), desenvolve-se entre os jornalistas da imprensa escrita um discurso extremamente crítico em relação à televisão, já que, “no meio jornalístico, a luta em torno da televisão é central.”

Como observou, por exemplo, Madalena Oliveira no metajornalismo produzido em torno do caso Casa Pia, em 2004, a televisão foi o meio de comunicação mais exposto ao exame e às “severas críticas” publicadas nos jornais (2007: 267). Embora a própria imprensa tivesse protagonizado algumas das mais graves violações da ética e deontologia jornalísticas então cometidas, como ocorreu no chamado episódio das “cassetes roubadas”, em que um jornalista do *Correio da Manhã* gravava ilicitamente conversas *off-the-record* com as suas fontes, cujo conteúdo veio a ser parcialmente publicado pelo *Independente*, embora tivesse sido roubado. Foi no entanto a televisão a suportar “a mais inclemente crítica de fomento do espectáculo e de aproximação ao julgamento popular” no âmbito das práticas metajornalísticas associadas ao caso Casa Pia (Oliveira, 1997: 268).

Os dados que se apresentam de seguida, provenientes de uma investigação do OberCom (Horta, 2008), têm a vantagem de proporcionar a abordagem pelos jornais da questão da dependência dos media face à esfera política, dado resultarem da análise de conteúdo da cobertura noticiosa da regulação dos media em Portugal num período particularmente significativo. Embora o corpus de análise daquela investigação fosse um pouco mais alargado, incluindo também os noticiários de horário nobre da RTP1, SIC e TVI, aqui faz-se referência preferencialmente às peças sobre regulação dos media publicadas nos diários *Público*, *Diário de Notícias*, *Jornal de Notícias*, *Correio da Manhã* e *24 Horas*, e nos semanários *Expresso* e *Sol*, nos primeiros oito meses de 2007.

Representação da televisão no discurso da imprensa sobre a regulação dos media

Entre 2005 e 2007, o governo implementou uma reorganização da regulação do sector dos media que compreendeu, entre outros, a criação da Entidade

Reguladora para a Comunicação Social (ERC), a reestruturação da concessão do serviço público de rádio e televisão, a revisão da Lei da Televisão e a revisão do Estatuto do Jornalista. Em 2007, além da produção legislativa neste domínio, que suscitou amplas reacções por parte dos media e a crítica ao que alguns consideraram “excessos regulatórios”, ocorreram alguns episódios que contribuíram para tornar as questões relacionadas com a regulação dos media e do jornalismo objecto de ampla produção jornalística.

Além do espaço concedido pelos jornais a esta temática, alguns indicadores, como a inserção de chamadas na primeira página, a publicação de páginas inteiras dedicadas a estes assuntos, a redacção de editoriais, o posicionamento dos textos na parte superior das páginas ou a ilustração das peças com fotografias, demonstraram a relevância que lhe foi atribuída.

Porém, analisando as 588 peças jornalísticas publicadas nos jornais sobre a regulação dos media naquele período, tornou-se evidente uma sobre-representação da televisão relativamente aos restantes media. Efectivamente, quase metade (43,2%) daquelas peças tinham como objecto de discurso a televisão.

Se entre os jornais a proporção de peças sobre a televisão relativamente ao universo oscilou entre 61% (caso do *Sol*) e 36% (caso do *Expresso*), parece significativo que os telejornais tenham evidenciado menos interesse em falar sobre o próprio meio, já que a proporção de peças sobre televisão foi de 36% na RTP1, 29% na SIC e 21% na TVI.

Entre os temas reportados pelos jornais a respeito da televisão contam-se a discussão e aprovação da nova Lei da Televisão, a polémica em torno do anúncio pela RTP da antecipação da emissão dos tempos de antena para as 19 horas, a revisão da lei relativa à concessão do serviço público de rádio e televisão, a acusação proferida pelo PSD de governamentalização da informação da RTP, o discurso do Presidente da República referindo a necessidade de rigor e imparcialidade na informação da RTP, a divulgação do relatório anual do Provedor do Telespectador em que foram destacadas as críticas ao alinhamento dos telejornais, o anúncio pela ERC da intenção de monitorizar o pluralismo na informação da RTP, a intenção anunciada pelo PSD de propor a privatização da RTP, a nomeação de um dirigente do PS para o cargo de presidente do Conselho de Administração do grupo que detém a TVI, a queixa pelo PCP de discriminação no programa “Prós e contras” da RTP, o protesto do Presidente da República contra o corte pela RTP do final da transmissão das

cerimónias do 10 de Junho, e ainda outros assuntos, como queixas do público ao Provedor do Telespectador acerca de diversos programas televisivos.

Nesta listagem de assuntos mediatizados surge de modo evidente uma associação simbólica entre o meio televisivo, sobretudo o serviço público, e o poder político. Embora esta associação por si própria pareça insuficiente para indiciar uma utilização estratégica do discurso da imprensa no jogo de forças contra a televisão, quando se observa a distribuição das peças jornalísticas pela classificação temática dos assuntos, verifica-se que a categoria em que mais frequentemente se incluíram as peças sobre televisão, em cerca de um terço dos casos (32%), corresponde à liberdade e independência face aos poderes.

Ora o destaque dado a esta associação da televisão à temática da independência face ao poder político, que está enraizada na tradicional concepção e no passado histórico do "serviço público" de televisão como estando dependente dos governos, capitaliza a favor da imprensa, por contraste, a ideia de que é o audiovisual o objecto das tentativas de controlo.

O segundo tema mais frequente (21%) nas peças sobre televisão foi fiscalização e instâncias reguladoras, o terceiro (20%) serviço público de rádio e televisão e o quarto (16%), responsabilidade social dos media. A elevada proporção de peças sobre este último tema a propósito da televisão, que no universo das peças analisadas não ultrapassou 9% dos casos, indica uma conexão estabelecida com maior frequência entre o audiovisual e a discussão pública de erros, abusos, questões de ética profissional, cidadania ou educação para os media.

Numa classificação temática mais fina, verificou-se que 22% das peças diziam respeito a aspectos da revisão da lei da Televisão e da reestruturação da RTP, 19% abordavam a questão da intervenção do governo na informação, outros 19% reportavam queixas contra conteúdos televisivos e 13% referiam a mudança dos tempos de antena na RTP. Transparece assim claramente um discurso que questiona as conexões da televisão ao poder político.

Se o tema mais frequente das peças sobre televisão - liberdade e independência face aos poderes - indicava uma politização do discurso publicado, importava verificar em que medida as categorias sociais a que pertencem os indivíduos que mais frequentemente foram citados nestas peças confirmavam ou não esta tendência. Os dados obtidos mostraram a presença destacada de actores do sistema político nestas peças: 48% do total das citações incluídas nas peças sobre televisão referiam-se a membros do PSD (principal partido

da oposição), do PS (partido do governo), representantes do Governo, da Presidência da República e de outros partidos. Isoladamente, o PSD alcançou 14% do total de citações, o PS 9% e o governo 7%. Estes dados sugerem não só um forte interesse demonstrado pelos partidos políticos em discutir a televisão no espaço público sendo que a grande questão em debate consistiu nas possibilidades de instrumentalização da televisão pelo governo como uma valorização jornalística dos políticos como produtores de discurso relevante a este respeito.

Em contrapartida, a proporção de vezes em que foram citados jornalistas e representantes dos media (incluindo a Confederação Portuguesa dos Meios de Comunicação Social e o Sindicato dos Jornalistas) representou 27% do total. Uma outra proporção significativa (13%) das citações incluídas nestas peças dizia respeito à entidade reguladora, a ERC.

Em contraste com estas proporções relativas às citações, verificou-se que a selecção das imagens escolhidas para ilustrar visualmente estas peças sobre televisão obedeceu a outra lógica. Efectivamente, não houve correspondência entre a frequência com que os actores foram citados e a inserção de imagens suas. As imagens mais frequentemente seleccionadas pelos jornais diziam respeito genericamente ao meio televisivo (28% dos casos). Esta proporção sobe para 37% se lhe forem acrescentadas as imagens de jornalistas e de objectos associados ao trabalho dos jornalistas mas não específicos da televisão. Curiosamente, os representantes do PSD, que constituíram a categoria de indivíduos mais frequentemente citada nas peças, surgiram a este nível numa posição bastante mais discreta, tendo aparecido em 6% das imagens, enquanto as imagens de representantes do PS constituíram 10% dos casos e as do Governo 9%. Em contraste ainda mais acentuado, a ERC foi visualmente representada em apenas 2% das peças relativas à televisão.

A imagem jornalística tem em si própria autonomia relativamente ao texto escrito, desde que respeitando certas normas de coerência (Vilches, 1997). Estes dados mostram que, de um ponto de vista jornalístico, nestas peças foi privilegiada a inserção de fotografias representativas da televisão, seguindo-se os sujeitos responsáveis pelo evento reportado, ou seja, os autores das propostas de revisão da legislação (PS, Governo), e o lugar do acontecimento, o edifício da Assembleia da República, representado em 6% dos casos.

Mas, como sugere Lorenzo Vilches (1997: 175), a utilização de fotografias nos jornais não tem meramente uma função informativa. No universo

das peças sobre regulação dos media, o sujeito mais frequentemente representado nas imagens foi a televisão, ou seja, elementos, cenários ou figuras do meio televisivo (14% dos casos), seguindo-se o Governo (11%). A imprensa representou-se visualmente a si própria em 8% dos casos. Estes dados sugerem também a percepção jornalística de que a televisão tem em si própria capital de noticiabilidade.

A presença de imagens nos textos dos jornais constitui uma forma de valorizar e destacar o conteúdo da notícia. Também a este nível, os jornais mostraram-se interessados em valorizar o seu discurso sobre a televisão, já que 53% das peças sobre aquele meio apresentava pelo menos uma imagem associada.

Os resultados obtidos através de outra variável reforçam esta interpretação: de todas as peças analisadas que foram acompanhadas de alguma forma de chamada na primeira páginas dos jornais, verificou-se que as relativas à televisão beneficiaram deste destaque com mais frequência. De facto, no conjunto das chamadas de primeira página registadas, cerca de metade (55%) referiam-se a peças sobre a televisão. Os seguintes exemplos de títulos nas primeiras páginas dos jornais são demonstrativos do discurso crítico produzido relativamente à televisão.

Público, 4 Janeiro: “Fusão RDP-RTP acusada de governamentalização”

Jornal de Notícias, 5 Março: “Televisão. Programas infantis incluem publicidade pouco clara”

Correio da Manhã, 8 Março: “Cavaco Silva exige rigor e imparcialidade à RTP”

Correio da Manhã, 25 Março: “Santos Silva nega controlo da RTP”

Conclusão

A questão da legitimidade social dos media, associada à afirmação do jornalismo como um campo profissional autónomo e independente do poder político e económico, tem vindo a colocar-se de modo cada vez mais pertinente. Face às transformações que têm ocorrido no sistema mediático, actualmente o público em geral manifesta uma significativa perda de credibilidade relativamente a este sector. Efectivamente, num inquérito recente, 27% dos portugueses afirmaram espontaneamente não confiar em nenhum dos meios de comunicação (Eurobarómetro, 2009).

Neste contexto, agravado pela crise do sector, é expectável que se intensifiquem as relações de força no interior do campo dos media. Esta luta simbólica não inclui apenas a concorrência directa pelos mais elevados níveis de audiências, mas também processos menos visíveis de competição. Nesta perspectiva, o discurso metajornalístico deve ser considerado um desses processos. Não obstante ser utilizado como forma de legitimação das práticas profissionais dos jornalistas e constituir um discurso de afirmação da identidade do grupo profissional, o metajornalismo permite a construção de discursos que afectam a percepção dos outros meios de comunicação por parte do grande público, de outros actores interessados e do próprio grupo profissional, podendo influenciar, num plano simbólico, as relações de forças no campo jornalístico.

Esta análise partiu de uma das conclusões de uma investigação do OberCom (Horta, 2008) sobre a cobertura noticiosa da regulação do jornalismo e dos media em Portugal nos primeiros oito meses de 2007, onde se constatou uma elevada atenção crítica dos jornais relativamente à televisão, para questionar se isso poderia constituir um indicador de que o discurso metajornalístico é efectivamente uma forma de luta simbólica entre os media. Neste caso, a hegemonia da televisão na informação publicada sobre os media esconderia a tentativa, por parte da imprensa, de desafiar a relação de forças que actualmente favorece de modo privilegiado a televisão.

Atendendo à perspectiva defendida por Pierre Bourdieu (1997), procurou-se analisar o discurso metajornalístico como forma de os jornais desafiarem a posição dominante da televisão no campo jornalístico. Neste sentido, observou-se nas peças analisadas um discurso que sublinha as articulações da televisão ao poder político. Sabendo-se da necessidade histórica de os jornalistas afirmarem a sua autonomia profissional contra a influência do poder político, bem como da tradicional dependência das televisões estatais relativamente aos governos, aquela representação da televisão nas peças analisadas parece efectivamente constituir uma forma de fazer diminuir a autonomia televisiva na percepção pública e assim alterar a relação de forças no campo jornalístico a favor da própria imprensa.

Deste modo, enquanto discurso jornalístico sobre o campo dos media, o metajornalismo pode ser entendido como uma arena de luta simbólica entre os diversos actores envolvidos. Nesta perspectiva, mais do que uma forma de le-

gitimar as práticas do grupo profissional, este tipo de discurso pode constituir um instrumento para influenciar o jogo de forças no campo jornalístico.

Referências bibliográficas

Bourdieu, Pierre, *Sobre a Televisão*, Oeiras, Celta, 1997.

Cardoso, Gustavo, *Os Media na Sociedade em Rede*, Lisboa, F. C. Gulbenkian, 2006.

Eurobarómetro, *The Europeans in 2009*, Special Eurobarometer 308/Wave 71.1, 2009, disponível em http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/ebs/ebs_308_en.pdf, consultado a 15 de Outubro de 2009.

Garcia, José Luís, “Os jornalistas portugueses enquanto actores do espaço público mediatizado. Legitimidade, poder e interpermutação” in *Revista de Comunicação e Linguagens*, 21-22, 1995: 365-382.

Horta, Ana, Regulação, Media e Jornalismo: análise da cobertura noticiosa em 2007, OberCom Brief, 5, 2008, disponível em <http://www.obercom.pt/clientU?newsId=369&fileName=obf5.pdf>, consultado a 15 de Outubro de 2009.

LIMA, Venício, “Duas questões de comunicação pública” in *Comunicação, Mídia e Consumo*, vol. 2, nº 3, 2005: 33-44.

McQuail, Denis, *Teoria da Comunicação de Massas*, Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 2003.

Meios&Publicidade, “APCT 2008: ano agridoce”, 2009, disponível em <http://www.meiosepublicidade.pt/2009/03/13/apct%E2%80%882008-ano-agridoce/>, consultado a 13 de Março de 2009.

OberCom, *Anuário da Comunicação 2007-2008*, 2008, disponível em http://www.obercom.pt/clientU?newsId=28&fileName=anuario_comunicacao.2007..2008.pdf, consultado a 15 de Outubro de 2009.

- Oliveira, José Manuel Paquete de, "A integração europeia e os meios de comunicação social", in *Análise Social*, 118-119, 1992: 995-1024.
- Oliveira, Madalena, *Metajornalismo ou quando o jornalismo é sujeito do seu próprio discurso*, Tese de doutoramento em Ciências da Comunicação, Universidade do Minho, 2007, disponível em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/7035/1/TESE-FINAL.pdf>, consultado a 15 de Outubro de 2009.
- Rebello, José, "No primeiro aniversário da televisão privada em Portugal" in *Análise Social*, nº 122, 1993: 653-677.
- Rieffel, Rémy, *Sociologie des Médias*, Paris, Ellipses, 2001.
- Silva, Pedro Alcântara da, "Quem somos nós? Elementos sociográficos sobre os jornalistas portugueses" in *JJ Jornalismo e Jornalistas*, nº 4, 2000: 20-29.
- Vilches, Lorenzo, *La Lectura de la Imagen*, Barcelona, Paidós, 1997.