

[ENTREVISTA]

A gênese da escrita jornalística: entrevista com Jorge Pedro Sousa

The genesis of journalistic writing: interviews with Jorge Pedro Sousa

Lidia Paula Trentin

Doutora e Mestre em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Participa do grupo de pesquisa INCOM (UTP). E-mail: lidiapaulatrentin@gmail.com

Marcio Morrison Kaviski Marcellino

Doutorando em Ciências da Comunicação pela Universidade do Vale do Rio dos Sinos (UNISINOS). Mestre em Comunicação em Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Participa dos grupos de pesquisa LACIM (UNISINOS) e INCOM (UTP). E-mail: marciomorrison@hotmail.com

Giovana Ferri

Mestranda em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná (UTP). Participa do grupo de pesquisa INCOM (UTP). E-mail: giovanafferri@hotmail.com

O jornalismo, em sua essência, se desenvolve pela arte de contar histórias e de informar a sociedade sobre eventos cotidianos. É através da perspectiva da gênese jornalística que o teórico e pesquisador Jorge Pedro Sousa desenvolve suas investigações científicas. Para o professor, desde a antiguidade se contam histórias ao público e essas histórias transmitem informações e notícias que merecem ser contadas. Ainda segundo perspectivas elaboradas pelo autor, há um padrão nas mudanças e transformações das práticas e processos do jornalismo no ocidental: “no Ocidente se nota, sustentamos aqui, um certo paralelismo na evolução do jornalismo” (SOUSA; LIMA, 2020, p.188).

Nesse contexto em que há uma evolução nas práticas e processos de construção de notícias e de fazer jornalismo, mudam-se não apenas os modos de fazer, mas também, os modos de consumo desses produtos comunicacionais. Em pesquisa recente publicada em parceria com universidades e pesquisadores do Brasil, Portugal e Espanha, foi possível observar, por exemplo, que os alunos das universidades pesquisadas não têm o hábito de consumir todo o conteúdo de uma notícia. Na verdade, a maioria deles se concentra na leitura do *lead* e das informações primárias (CATALINA; SOUSA; CRISTINA, 2019).

Jorge Pedro Sousa é pesquisador e professor de Jornalismo na Universidade Fernando Pessoa e no Instituto de Ciências da Comunicação da Universidade Nova de Lisboa (ICNova). Autor de mais de 84 trabalhos científicos, dentre eles *Uma história crítica do fotojornalismo ocidental* (2000); *A Gênese do Jornalismo Lusófono e as Relações de Manuel Severim de Faria (1626-1628)* (2007) e *Jornalismo em Portugal no alvorecer da modernidade* (2014). Nesta entrevista concedida no primeiro semestre de 2022, o pesquisador discorre sobre a gênese da escrita jornalística, os desafios para os profissionais de Comunicação com o avanço das informações e as redes sociais e o futuro das práticas jornalísticas.

REVISTA INTERIN - *De que forma a literatura e a histografia contribuíram para a estruturação do jornalismo que é praticado hoje na língua portuguesa?*

Jorge Pedro Sousa - Essa pergunta mereceria uma resposta longa, porém vou tentar ser sucinto. A influência da literatura sobre o jornalismo é tanta que, em Portugal, até os anos 1970, havia um boato sobre o jornalismo ser ou não um ramo da literatura. Ainda há autores que classificam o jornalismo como uma literatura urgente. A influência mútua do jornalismo sobre a literatura e da literatura sobre o jornalismo, portanto, foi reconhecida e continua a ser reconhecida, não apenas em Portugal, mas em outros países, isso porque ambas comungam a raiz do objetivo. O jornalismo, em grande medida, significa noticiar e, sobretudo, contar histórias, assim como ocorre na literatura. Grande parte da literatura tem um pendor do conto, da novela, do romance. Apesar de haver exceções, a literatura está centrada em contar histórias. Agora, uma parte importante dos jornalistas do passado e ainda muitos do presente são também escritores. Portanto, existe uma proximidade entre o jornalismo e a literatura. Na verdade, se recorrermos à história, é claro que a literatura fornece ao jornalismo - pelo menos essa é a minha interpretação - os modelos narrativos.

O jornalismo, por vezes, também inova, sobretudo quando temos a introdução de novos meios e é necessário configurar novas linguagens para contar histórias. Portanto, também há inovação no jornalismo e na literatura. Porém, uma parte dos modelos e padrões que nós seguimos para contar histórias derivam de modelos literários. A técnica da pirâmide invertida, técnica da pirâmide, narração cronológica

foram, antes de mais nada, ensaiadas em narrativas literárias ou históricas. O que eu quero dizer com isso? Muitas das grandes narrativas do passado têm por referência acontecimentos históricos. Por exemplo, nós sabemos que existiu a cidade de Tróia em que teria ocorrido uma guerra entre os gregos do continente e os gregos do lado de lá do mar, onde hoje é a costa da Turquia. Na *Ilíada*, obra fundadora da literatura ocidental, já encontramos alguns desses modelos narrativos. Há esse pendor historiográfico [na obra], pois pode referir-se efetivamente a coisas que aconteceram antes, claro, temperadas pela lenda, obscurecidas pelo correr do tempo. Ainda assim, nós podemos encontrar, lá, fórmulas narrativas que depois serão aquelas que, no início, foram utilizadas no jornalismo. Nós sabemos, por exemplo, que uma das inovações do jornalismo nos anos 60, em um segundo movimento de novo jornalismo, é a adoção de técnicas literárias. Hoje até se fala em jornalismo literário.

A adoção de técnicas literárias no jornalismo reinventou o próprio jornalismo. Quando Truman Capote publica *A Sangue Frio*, ele, na verdade, está aplicando técnicas do relato em um romance não ficcional, quase uma grande reportagem jornalística escrita em livro. Isso demonstra essa proximidade entre jornalismo e a literatura. Mas a história vai pegar nisso, principalmente desde os grandes historiadores da Grécia antiga: Heródoto - Tucídides, que para mim é mais importante do que Heródoto - e Xenofonte. Mas eu vou destacar Tucídides. Ele eleva a narrativa histórica a um objetivo que passa a ser importante para o jornalismo na modernidade: narrar com a verdade, sem fazer propaganda e pensando que as ações humanas são resultado das ações humanas e não de intervenções de deuses sobre a história da humanidade, utilizando fontes e as contrastando. Tucídides fez tudo isso e as regras que ele criou para a história foram seguidas por outros historiadores do mundo greco-romano. Por serem importadas para o jornalismo, pelo menos essa é a minha interpretação na modernidade, porque é na modernidade, na fronteira do século XVI para o século XVII, que vão surgir os periódicos noticiosos, portanto vão surgir os primeiros gazeteiros, os primeiros periodistas, aqueles que escrevem nos periódicos. Alguns autores já são jornalistas ou realizam algum tipo de jornalismo arcaico. Eu vou fugir dessa discussão, mas só para recordar que, desta forma, surge o ofício ou ocupação de gazeteiro, aquele que fazia gazetas e escrevia em publicações de periódicos de forma noticiosa. Essas pessoas tinham que ter estudos. E o que se

estudava na modernidade? Em grande medida, eram os clássicos greco-romanos, desde o renascimento. Aliás, desde grande parte da Idade Média, as crônicas medievais também tiveram por referência os clássicos greco-romanos. Ora, esses gazeteiros (que eram conhecidos assim mesmo e não como jornalistas) podem ser considerados como historiadores em muitos dos escritos sobre gazetas. Os gazeteiros, sobretudo na Universidade de Leipzig, falam sobre suas atividades acadêmicas e sobre como há uma grande indistinção entre o fazer história e o fazer a gazeta, ou seja, escrever esse periódico noticioso. O grande referente que existia era o fazer história e os grandes referentes que eles tinham para fazer história eram os historiadores clássicos do mundo greco-romano. Como Tucídides que disse: “Vão a procura da verdade”. Mas a verdade é uma coisa difícil porque cada pessoa vai contar os acontecimentos a sua própria maneira, nem que seja necessário criticar e contestar as fontes. Uma prática rotineira do jornalismo é a apuração dos fatos e da informação, verificando sua veracidade.

Não vou discutir o que é verdade pois não sairíamos daqui, mas uma concepção simples da verdade é uma coesão do que é dito a aquilo que aconteceu. Se há uma proximidade entre a representação do que é dito e do que aconteceu, temos uma certa verdade. Essa aproximação entre a verdade objetiva em relação ao sujeito, que é o jornalista, é algo que ele vai buscar nas práticas historiográficas. Essa proximidade entre jornalismo, literatura e história, no meu ponto de vista, existe e é o que vários teóricos tem se preocupado em analisar.

Vários dos grandes escritores atuaram também na imprensa, para a qual muitos deles contribuíram de forma considerável. No caso português, Almeida Garrett escreveu em muitos jornais; Eça de Queiroz e Ramalho Ortigão também o fizeram. Eles escreveram o primeiro romance policial publicado em forma de folhetim no *O Diário de Notícias: O mistério da estrada de Sintra*. A publicação contribuiu muito para o sucesso de *O Diário de Notícias*, que foi o primeiro jornal, digamos, industrial escrito em português. O próprio Eça foi, no início de sua carreira, um jornalista. Foi editor-redator de um jornal do sul do país chamado *O Distrito de Évora*. Ou seja, existe essa proximidade histórica e conceitual de prática, de modelos narrativos entre jornalismo, literatura e história.

REVISTA INTERIN - *Analisando a partir de uma perspectiva histórica, é possível demarcar o início do jornalismo sensacionalista e o que motivou?*

Jorge Pedro Sousa - Num certo ponto de vista, como dizia o professor luso-brasileiro Manoel Carlos Chaparro, “todo jornalismo tem que ter um pouco de sensação”, porque tem que atrair o leitor. No entanto, há um momento da história em que o jornalismo, como prática informativa, se torna mais sensacionalista, digamos assim.

Também é preciso pensar que é nesse momento da história que estão reunidos um conjunto de técnicas e tecnologias que vão permitir esse acréscimo de sensação ao discurso jornalístico. Há também um lugar, sobretudo em Nova York, e um tempo: o final do século XIX, no contexto da competição entre dois magnatas da imprensa: Pulitzer e Hearst. Eles testaram uma condição que depois repercutiu nas formas de apresentação da informação no jornalismo. Foram eles, na verdade, que iniciaram a prática comum das manchetes, que fomentaram a utilização da iconografia imagética. Naquele tempo, as imagens eram fotografia passadas a desenho e depois fotografadas. Uma parte considerável desta iconografia, que consistia de elementos apelativos, fomentaram as histórias de interesse humano e a denúncia de escândalos. Isso gerou um ponto positivo para a investigação jornalística, principalmente com relação à exposição de coisas escandalosas, que faziam as delícias dos leitores. Foram eles dois dos grandes responsáveis para que o jornalismo se abrisse a uma infinidade de temas, que até então não eram tratados como pinças, como nós diríamos aqui em Portugal, de uma maneira *soft*, não é, sem grande alarido, nas páginas dos jornais, o crime (enquanto editoria do jornalismo), o esporte (enquanto editoria do jornalismo), portanto, os assuntos triviais de interesse humano. Portanto, eles foram efetivamente dois dos grandes responsáveis pela abertura da imprensa por acréscimo de sensação, processo que, iniciou nos Estados Unidos, mais especificamente em Nova York no final do século XIX, e que depois se expandiu para o resto do mundo.

Mas isso não significa dizer que começou exatamente aí. É muito difícil dizermos que algo começa exatamente num momento específico. Se tratando de história, podemos artificialmente tentar dizer “bom, começa aqui”, mas, se pensarmos bem, as causas normalmente estão há montante, não muito atrás desse tempo. Com o jornalismo acontece a mesma coisa. Apesar disso, temos um momento da história em que a prática de acréscimo de sensação ao jornalismo é notória, desembocando até em

movimentos como *Jazz Journalism* e outros já no início do século XX. Embora isso seja quase uma tabloidização do jornalismo, nós, já antes, temos esses tipos de temas sendo tratados nos jornais, com mais ou menos sensação. O crime, por exemplo, foi uma das temáticas responsáveis pelo sucesso que teve a imprensa na segunda metade do século XIX. Os assuntos de interesse humano e a atenção à proximidade, com notícias sobre o meio local foram elementos responsáveis pelo acréscimo de sensação. Portanto, as coisas não têm um momento exato. Se nós formos ler periódicos portugueses do século XVII, já lá vemos as somas da sensação, até ligadas a uma atitude propagandística, do poder real ou do esforço bélico português na guerra para restauração da independência contra a Espanha, mas também há crime, por exemplo, não há esporte, não tínhamos esporte organizado, mas há registros, por exemplo, narrações de touradas, de um alto de fé, da inquisição e coisas assim. Portanto, quer dizer, por vezes, mas já se notam algumas pinceladas de sensação. Não podemos dizer “começa aqui, no final do século XIX, em Nova York, com Pulitzer e Hearst no *New York Journal World*”, mas é onde se nota mais a intensificação do sensacionalismo e o início da tabloidização. Mas se procurarmos bem no decorrer da história, podemos perceber que isso já existia.

REVISTA INTERIN - Como é possível perceber a questão da ética e da deontologia no decorrer da história do jornalismo?

Jorge Pedro Sousa - Há um livro muito bom de Steve Watts sobre o surgimento da ética jornalística. Eu tenho uma perspectiva, já estudada em alguns dos meus escritos, que relaciona mais uma vez o jornalismo com a história. Foi o que eu disse quando respondi a primeira pergunta. Isto é, ética jornalística é baseada sobretudo em um princípio: na procura de uma verdade objetiva que se impõe a todos os sujeitos. Portanto, é a partir desse objetivo que se estruturaram práticas e processos jornalísticos que configuram alguns dos elementos fundamentais da ética jornalística.

Estes processos são também importados da história, a partir da verificação e apuração dos fatos por meio da escuta de fontes, ainda que sejam fontes heterogêneas, com visões diferentes e interesses contraditórios. Em parte, alguns dos princípios éticos do jornalismo comungam esta mesma origem com a história e nascem na modernidade. Bom, é isto que me ocorre dizer neste momento. Claro que Steve Watts

tem uma obra, um livro só sobre este assunto e eu o leio bastante atentamente. Confesso que não sou um especialista em ética do jornalismo, mas posso dizer que ela, como a compreendemos hoje, configura-se também na modernidade quando surgem as publicações noticiosas periódicas e o ofício do que as têm.

REVISTA INTERIN - *Um dos seus pontos de debate é sobre a hierarquização da informação. Como é possível observar a mudança da pirâmide invertida para a pirâmide deitada, de Canavilhas (2006), no jornalismo digital e nas novas práticas jornalísticas?*

Jorge Pedro Sousa - Considerando o conceito do meu amigo João Canavilhas, essa é uma consequência, uma decorrência da lógica de funcionamento dos meios digitais. A partir dos anos 90 do século passado, quando os meios jornalísticos mudam para o digital e começam a entender suas dinâmicas e aproveitar seus potenciais, nós encontramos novas maneiras de narrar. Como eu disse logo na resposta à primeira pergunta, por vezes, o jornalismo também inova e ainda bem que o faz, senão não conseguiria responder às demandas e responder aos novos públicos que vão surgindo, por exemplo. Isso é até assustador... O público do jornalismo está envelhecendo. Há uma ilusão do público do jornalismo e este está a revelar sua incapacidade de chegar às novas gerações. As novas gerações absorvem a informação de modo diferente. Vou citar uma pesquisa minha com estudantes universitários mais jovens. Primeiro, os jovens são passivos na recepção da informação. Os conteúdos das redes sociais, principalmente de entretenimento, são os que mais lhes despertam a atenção, em uma atitude passiva com relação ao consumo destes conteúdos. As novas gerações estão viciadas em produzir e consumir vídeos de poucos segundos de duração. Como é que conseguiremos atrair essas novas gerações para o consumo de conteúdos jornalísticos? Vai ser uma tarefa complexa e ao mesmo tempo complicada. Mas é uma realidade que temos que conviver.

Eu tenho um filho com 19 anos e eu consumo a informação incessantemente buscando aquilo que chega pelas redes sociais e outras vias. Eu já lhe disse várias vezes, quando eu tento convencê-lo a ler jornais, mesmo digitais. E ele me diz: “Papai, eu não me informo da mesma maneira que tu”. Mas eu penso que ele se informa de uma maneira mais passiva do que eu, apesar de estar em uma idade teoricamente mais

ativa. Ele não vai à procura da informação, fica à espera da informação que recebe pelas redes sociais.

Pelo menos é a minha percepção. Nunca estudei a maneira como meu filho recebe a informação. Posso estar enganado e espero que esteja, mas penso que é uma atitude passiva como a da maioria de seus colegas. Já raramente veem televisão, mesmo aqueles programas rituais, como jornais televisivos. Muito menos escutam rádio. Até mesmo *podcasts* quase não escutam. Rádio é raríssimo escutarem e, quando escutam, é no carro para ouvir música e não conteúdo jornalístico. É importante e notório: o público do jornalismo está envelhecendo. Para este novo público temos que reinventar as linguagens, tentar utilizar os meios que eles utilizam, utilizar as mesmas linguagens que lhes dão um certo apelo. Mas isso eu confesso que é muito difícil. Bom, isto para dizer que o jornalismo vai se reinventando e vai inovando continuamente na sua luta por se adaptar aos hábitos de consumo da informação.

REVISTA INTERIN - *A partir das proposições acima, com a pandemia de COVID-19, as redações de jornalismo se transformam. Muitos profissionais trabalharam de casa, por exemplo. Após essa experiência, muitos veículos de comunicação mantiveram as atividades em home office. De que forma essas alternâncias modificam as estruturas práticas e teóricas do jornalismo?*

Jorge Pedro Sousa - O *home office* pode ser uma vantagem ou pode ser um inconveniente, como tudo na vida. E há um inconveniente contínuo no trabalho jornalístico a partir de casa. Primeiro é a perda dos vínculos laborais, o que contribui para o fenômeno contemporâneo da precariedade no exercício do trabalho jornalístico. Não só são mal pagos os jovens jornalistas, como tem um trabalho precário e essa possibilidade de trabalharem a partir de qualquer lugar, sobretudo a partir de casa, é uma das formas que tem contribuído, em muitos meios, para a precariedade dos vínculos laborais dos jornalistas. Também altera, claro, as práticas da profissão em alguns casos. Mas há ainda uma outra ameaça: o jornalista trabalhando isolado a partir de casa deixa de estar em comunhão com os seus camaradas de profissão na redação. Onde é que fica a cultura profissional? Onde é que se vivem as rotinas? Esta perda de contato com jornalistas sênior, com jornalistas que já tem mais experiência, é um fator negativo para a formação e preparação dos jovens jornalistas. Também afeta

negativamente a aquisição dos grandes referentes da cultura profissional e da cultura específica de cada meio jornalístico. Isto é, redação em nenhuns, não é redação nenhuma. É um conjunto de pessoas espalhadas por muitos lugares a trabalhar para um meio e, portanto, aqui perde-se muito em termos de cultura profissional e na formação dos próprios jornalistas jovens. Ao mesmo tempo, aumenta a desigualdade entre os profissionais e a precariedade dos laços naturais que ligam muitos dos jovens jornalistas à profissão e aos meios. É isso que tenho para dizer acerca desta questão. É preocupante... Eu reconheço as potencialidades, sim, mas também reconheço os perigos da redação em nenhuns. Eu penso também, não sei se usam a palavra ‘ nenhuns ’ no Brasil, em lado nenhum, portanto, a redação em nenhuns contribui para a desprofissionalização, para a desigualdade, para a precariedade nos vínculos laborais dos jornalistas. É prática normal. A redação ainda tem que ser o cerne do trabalho dos jornalistas e o lugar onde eles se reúnem. Mas talvez eu seja um indivíduo do passado e já não esteja muito sintonizado com o presente e com o futuro. Não sei...

REVISTA INTERIN - *Muito tem se falado em fake news e em pós-verdade. Em um dos seus recentes trabalhos, foi possível perceber que os jovens estudantes do Brasil, Portugal e Espanha preferem se informar por redes sociais como Twitter e Youtube. De que forma a origem sociocultural do jornalismo e as novas práticas de construção de notícias podem ajudar a combater a disseminação de notícias falsas?*

Jorge Pedro Sousa - Eu penso que o jornalismo tem uma grande missão no combate às *fake news*. Primeiro, com o *fact checking*, que é uma das reinvenções do jornalismo. Segundo, fazendo aquilo que sempre fez, que é informação com qualidade, informação verificada. Portanto, por aí o jornalismo pode contribuir para o combater as *fake news*. Mas também se sabe que elas existem desde sempre. Exigem também políticas públicas com o respaldo das empresas privadas que controlam as redes sociais, realizando um papel de autorregulação. Essas grandes corporações que controlam as redes sociais também devem, de alguma maneira, vigiar aquilo que é dito, embora, às vezes, algumas façam certos exageros, a ponto de podermos falar em censura de algumas posições e algumas opiniões. É verdade que, em algumas redes sociais, em nome deste combate ao chamado “discurso de ódio” ou “discurso das *fake news*” também ocorrem exageros e se corta a voz de muitas opiniões que são perfeitamente

aceitáveis no espaço público. Eu tenho vários amigos de esquerda e de direita, e eu próprio, com comentários relativamente inocentes, já fui censurado. Não sei se é porque há uma atitude censória exacerbada a qual nós, indivíduos, não temos nenhum poder de nos contrapor. É uma coisa perfeitamente absurda. É Davi contra Goliás. Ou vamos para redes sociais em que não há moderação e em que tudo é livre. Mas para estarmos nas redes sociais *mainstream*, sobretudo aquelas que nós usamos mais na nossa idade, que seja, talvez, o *Facebook*, o *WhatsApp* e coisas assim... o *Twitter* eventualmente, mas eu penso que gente da minha idade, de 50 e tantos anos, usa muito ainda o *Facebook*. Os jovens já se afastaram há muito tempo para o *Instagram* e, agora, as gerações mais novas para o *TikTok*. Mas pronto, quer dizer, somos Davi contra Goliás nesta configuração das coisas.

Dentro das políticas públicas tem que haver um incentivo à literacia midiática, esta é a palavra-chave para convencer os mais jovens da utilidade do consumo de informação jornalística, da utilidade do jornalismo. Explicar-lhes as razões por que devem consumir conteúdos jornalísticos, onde devem ir buscar esses conteúdos jornalísticos e como podem detectar informações falsas. Portanto, literacia midiática mais o fomento da literacia midiática erradica na implantação de políticas públicas e educativas públicas e, também, privadas, os próprios centros educativos. A escola também tem um papel a desempenhar nesta matéria: formar os jovens na detecção de conteúdos falsos, levá-los à procura proativa de conteúdos jornalísticos, reconhecerem a utilidade do jornalismo e habituarem-se a consumir conteúdos jornalísticos.

Eu tive um colega e amigo, Elias Machado, que iria criticar esta visão. Mas no meu ponto de vista, o jornalismo é útil à democracia. Mesmo aquele que trabalha e opera em termos de mercado, ou seja, o jornalismo das grandes corporações jornalísticas é útil à democracia e presta um verdadeiro serviço em matéria de informar os cidadãos e formá-los para o exercício democrático. É claro, por vezes há nuances. Não tanto, eu penso, aqui nos países da Europa, mas, às vezes, noto isso em alguns jornais do Brasil que eu costumo ler: uma certa tendência a orientar a leitura para uma determinada direção. Isso pode acontecer. Até certo ponto é lícito.

Bom, mas independentemente disso, o jornalismo presta um bom serviço à sociedade e à democracia, mesmo quando estamos a falar da grande imprensa, da grande indústria, das grandes corporações midiáticas. E mais vale termos o jornalismo

do que não temos. Essa é uma verdade que nós temos que encarar. Precisamos do jornalismo, mas o público do jornalismo está a envelhecer e a erudir-se. Isso acontece em todos os meios, na imprensa, na rádio, na televisão. O público fiel do jornalismo está desaparecendo e as novas gerações não são muito engajadas no consumo de conteúdo jornalístico, infelizmente.

REVISTA INTERIN - *Ainda na esteira da gênese jornalística e da origem sociocultural do jornalismo, de que maneiras é possível conscientizar o público em relação às notícias falsas que circulam, sobretudo em tempos de intolerância às opiniões contrárias? Existe uma melhor maneira de contar as verdadeiras histórias?*

Jorge Pedro Sousa - Essa é uma pergunta muito difícil de responder. Eu tenho que retornar àquilo que eu disse. Precisamos de literacia midiática, de uma forma geral, mas particularmente entre jovens, entre as novas gerações. Literacia midiática é preciso para toda a gente e o jornalismo também tem uma grande responsabilidade em reinventar-se, em aproximar-se dos seus públicos com processos inovadores e com novas linguagens, aproveitando as potencialidades dos novos meios e os hábitos de consumo de conteúdos que têm as diferentes gerações.

O jornalismo tem que ser transversal à sociedade e há um fenómeno curioso. Para nós chegarmos às gerações de 60 anos, de 70 anos, de 80 anos, temos que oferecer conteúdos nos meios tradicionais. Eu tenho 54, estou prestes a fazer 55, no dia 09 de maio, segunda-feira. Mas eu ainda prefiro ler jornais em papel. Na minha geração há quem prefira jornais em papel e há quem prefira os jornais digitais. Nós temos um grande semanário, que é o *Expresso*. Há muita gente da minha geração que, embora consuma os diários por meios digitais, consome o semanário no suporte tradicional, mesmo que depois também vá ao suporte digital.

Isso para dizer o seguinte: nós vamos à geração dos 60 anos e as pessoas tendem a preferir o jornal em papel, por exemplo, e o telejornal tradicional. Esse ainda é o público fiel do jornalismo e, para chegar a esse, nós não podemos abandonar os veículos tradicionais. Já, por exemplo, algumas experiências foram feitas em Portugal. Ainda há pouco, eu estive num congresso da imprensa católica, para o qual fui convidado, onde relataram um caso curioso a respeito de um jornal com boa tiragem e cujo maior parte dos leitores situa-se acima dos 60 anos. O jornal já teve 300 mil

exemplares e agora só tem 60 mil exemplares de tiragem. Quando procuraram ou auscultaram a possibilidade de convertê-lo apenas para o formato digital, verificaram que as pessoas que liam e que são públicos fiéis desse jornal, nunca aceitariam a mudança; iriam desvanecer e o jornal correria o risco de desaparecer por falta de público. Por quê? Porque as pessoas com mais de 60 querem ler o seu jornal em Portugal. Daí que, para chegarmos aos diferentes públicos, não podemos abandonar repentinamente suportes e formas de atingir os públicos já existentes há muitos anos. As gerações mais velhas, que ainda são o público do jornalismo com o qual é preciso contar, estão sintonizados com esses meios tradicionais para chegar à informação.

Não respondi inteiramente à sua questão, mas pronto, estou aqui a apresentar um fato: não podemos esquecer nunca que o jornalismo é transversal a toda a sociedade; não podemos estar muito preocupados com a ausência de interesse das gerações mais novas pelos conteúdos jornalísticos e por procurar proativamente a informação; mas não podemos descurar do fato que o público mais velho continue a preferir que lhes chegue a informação pelos meios tradicionais. Esse público também é cidadão e, portanto, não podemos só criar partes com os jovens e as crianças. Também temos que nos preocupar com as pessoas de meia idade e com os mais idosos. Ou seja, temos que preocupar-nos com o jornalismo. Os meios jornalísticos têm que se preocupar transversalmente com toda a sociedade.

REFERÊNCIAS

CATALINA-GARCIA, Beatriz; SOUSA, Jorge Pedro; SOUSA, Li-Cheng Shuen Cristina Silva. **Consumo de notícias y percepción de fake news entre estudantes de Comunicación de Brasil, España y Portugal**. Revista de Comunicación, 2019, vol.18, N° 2. Acesso em: 15 de março de 2022. Disponível em <http://www.scielo.org.pe/scielo.php?pid=S1684-09332019000200005&script=sci_abstract>

SOUSA, Jorge Pedro; LIMA, Henrique. **História do jornalismo em Portugal: proposta de periodização**. Revista Brasileira de História da Mídia, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 171-190, jul./dez. 2020. Acesso em: 15 de março de 2022. Disponível em <<https://revistas.ufpi.br/index.php/rbhm>>

SOUSA, Jorge Pedro. **Por que as notícias são como são? Construindo uma teoria da notícia**. Universidade Fernando Pessoa, 2002. Acesso em: 15 de março de 2022.

INTERIN, v. 27, n. 2, jul./dez. 2022. ISSN: 1980-5276.

Disponível em <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-construindo-teoria-da-noticia.html>>

SOUSA, Jorge Pedro. **Uma história crítica do fotojornalismo ocidental.** Universidade Fernando Pessoa, 2000. Acesso em: 15 de março de 2022. Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-historia_fotojorn1.html>

SOUSA, Jorge Pedro; PINTO, Mário; SILVA, Gabriel. **A gênese do jornalismo lusófono e as relações de Manuel Severin de Faria.** Universidade Fernando Pessoa, 2007. Acesso em: 15 de março de 2022. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-genese-jornalismo-lusofono.pdf>>

SOUSA, Jorge Pedro. **Jornalismo em Portugal no Alvorecer da Modernidade.** Porto. Editora Media XXI, 2014.

Recebido em: 16/05/2022

Aceito em: 02/06/2022