

## DOCUMENTAÇÃO

### Jornalismo de investigação ou de filtragem?

Num cenário mediático em que a pura atualidade é já coberta por outros meios de comunicação, o jornalismo de investigação apresenta-se como o contributo próprio de uma imprensa de qualidade. Mas uma coisa é o escândalo que acompanha uma filtragem de dados, muitas vezes interessada, e outra a descoberta e análise de temas de verdadeiro interesse social. Disto falaram jornalistas especializados durante a 19.<sup>a</sup> Jornada de Comunicação organizada pelo Colégio Mayor Albayzín (Granada). Dois dos oradores falaram sobre este tema: Marta Sánchez, redatora de investigação do “El Mundo”, e José María Irujo, chefe de redação de investigação do “El País”.

– **O jornalismo de investigação costuma estar associado ao escândalo. No entanto, esta forma de o conceber pode implicar que outros temas, talvez de tanto ou maior interesse público mas menos “espetaculares”, deixem de ser analisados. Será inevitável esta relação com o sensacionalismo?**

– **Marta Sánchez:** De alguma maneira, o jornalismo de investigação está sempre associado ao escândalo. Mas este escândalo pode ser perfeitamente ético, porque procura gerar uma sensibilização social perante um tema de interesse público, e que certas pessoas ou instituições gostariam de ocultar.

O sensacionalismo é outra coisa: supõe abusar com fins unicamente comerciais do inevitável “ruído mediático” que estas notícias geram. As empresas informativas encontram muitas vezes neste tipo de jornalismo um filão económico. Um tipo de sensacionalismo é exagerar certo ângulo da notícia, mas outro (menos evidente, mas igualmente nocivo) tem a ver com “acelerar os tempos”: procurar arrancar a informação o mais cedo possível, sem aferir todos os pontos de vista, podendo prejudicar injustamente algumas pessoas. Contudo, no ecossistema dos meios de comunicação atuais, investigação, escândalo e curiosidade mórbida costumam estar associados.

– **José María Irujo.** Acho que o jornalismo é cada vez mais pedagógico. A mudança de modelo que a informação digital trouxe, está a provocar, além disso, que os meios de comunicação em papel dediquem mais espaço a explicações e menos à pura informação. Nós (“El País”) estamos a oferecer muitos “apoios” à notícia, em forma de vinhetas que resumem o contexto histórico ou terminológico da notícia, de forma que o

leitor, com a manchete e esses poucos dados, possa ter uma ideia sobre o tema. Em geral, tem-se vindo a melhorar neste terreno, embora não tenhamos a experiência dos meios de comunicação anglo-saxónicos. É verdade que existe uma certa limitação de espaço, mas isso está a levar a que se tente uma maior precisão: contar o necessário em poucas palavras.

### Investigação e análise, valores em alta

– **Uma grande parte do público já se informa sobre a atualidade através de outros canais diferentes dos meios de comunicação tradicionais, como certos portais de notícias ou as próprias redes sociais. Será que esta mudança de cenário na imprensa vai obrigar a que os grandes jornais apostem mais no jornalismo de investigação e análise, e façam deste o seu fator diferencial? Quem pagaria por este tipo de conteúdos?**

– **Marta Sánchez:** A crise do modelo jornalístico tradicional é um facto, sobretudo no que se refere à imprensa de papel, a qual, por motivos evidentes, ficou de fora da luta pelos conteúdos de pura atualidade. Daí que, nestes meios, a investigação e a análise sejam valores em alta. Na realidade, desde há muito tempo têm existido títulos que ganharam um nome – e ganharam um setor do público – com este tipo de jornalismo. A razão é simples: as pessoas não querem ser enganadas, e para temas importantes ou complexos, confiam nas marcas que lhes dão segurança. Uma amostra de que a investigação na imprensa não morreu, é que o jornal que está a ser montado pelo antigo diretor do “El Mundo” se vai dedicar fundamentalmente a este trabalho.

No financiamento, os meios de comunicação tradicionais estão ainda muito perdidos. Ensaíram coisas (*crowdfunding*, donativos de instituições não politizadas), mas o certo é que ainda não há nada claro.

– **José María Irujo:** Os meios de comunicação tradicionais ainda estão a adaptar-se ao novo cenário e a decidir por onde optar. A aposta na versão *online* já decorre há vários anos e ainda não é rentável. O que se torna evidente é que a sua vantagem competitiva se vai encontrar no jornalismo de qualidade. Considero que os bons jornalistas vão ser mais necessários do que nunca. As redações têm que redistribuir as suas forças: dedicar mais pessoas à procura de temas próprios com os quais se distinguir da concorrência.

Quanto ao financiamento, penso que vão surgir novos modelos, como o de fundações que avancem um capital para apoiar determinados projetos. Nos Estados Unidos, estes mecenas já estão a subsidiar alguns jornais e, por agora, isto não comprometeu a imparcialidade da informação, porque dão total liberdade ao meio de comunicação. Em Espanha, acho que isto não vai ocorrer a curto prazo, porque não existe uma cultura do mecenato cultural.

## A ética de reconhecer os erros

– **O jornalismo é uma profissão com uma carga ética evidente. A investigação move-se frequentemente muito próximo das fronteiras da deontologia, pois para atingir o seu objetivo (revelar informações ocultas de interesse social) não pode utilizar qualquer meio. Quais deveriam ser os princípios éticos para este tipo de jornalismo?**

– **Marta Sánchez:** Para que uma reportagem de investigação seja bem feita, com ética profissional, a primeira coisa a fazer é dedicar-lhe o tempo necessário. Mas os quadros de jornalistas são curtos e a pressão por publicar impulsiona. Perante isto, as filtragens constituem um autêntico presente. O jornalista tem de saber que essas filtragens nunca são desinteressadas, e muitas vezes procuram causar danos a alguém. Portanto, antes de mais nada, o profissional da investigação deve corroborar a informação, e procurar outros ângulos que esclareçam o caso. Uma vez feito isto, o nosso trabalho é contar o que sabemos. Mas também deveríamos reconhecer os nossos erros: se a pessoa que desacreditava a nossa informação foi absolvida, o jornal tem de dizê-lo, e não numa nota de cinco linhas. Ora, a verdade judicial não tem sempre de corresponder com a verdade dos factos: uma sentença pode dispensar a culpa legal de alguém, mas isso não desautoriza automaticamente toda a nossa informação. O nosso trabalho não é o de juízes: não podemos introduzir-nos no seu âmbito, mas muito menos eles no nosso.

– **José María Irujo:** Cada jornal fixa para si um nível de exigência ética. No “El País”, existe a figura do “defensor do leitor”, que se encarrega de exercer vigilância para que se cumpra a ética jornalística, e posso assegurar-te que todos os que trabalhamos nesta empresa, “receamos” os seus telefonemas e as suas revisões. Um caso que teve muita repercussão foi o das fotografias de Hugo Chávez enquanto agonizava. Aquilo foi um grande deslize da nossa parte. A resposta do jornal foi dedicar duas pessoas a investigar o que tinha falhado dentro do jornal, sem se deter perante nada, nem sequer o próprio diretor da empresa. No domingo seguinte, foi publicada uma reportagem de duas folhas muito dura para com nós mesmos. Acho que, a longo prazo, isto dá-nos credibilidade perante os nossos leitores.

Infelizmente, isto não acontece em todos os meios de comunicação de Espanha. Por exemplo, publica-se uma informação sobre as supostas contas ocultas de uma pessoa

sem sequer ter procurado contactar com ela, ou se isso é feito, grava-se a conversa sem o seu consentimento. Ou o tema das filtragens em troca de dinheiro. Nós não atuamos assim.

O problema de fundo é que as associações da imprensa em Espanha são muito corporativistas: uns protegem-se aos outros e assim não se cumpre o dever de guardião ético que se lhe atribui. Dentro do jornalismo existe uma imagem idealizada do profissional como um herói romântico que luta contra poderes malignos. Existe muito pouca autocritica. Nisto, mais uma vez, deveríamos aprender com os meios de comunicação anglo-saxónicos.

F. R.-B.

## Jill Abramson acredita no jornalismo de longo formato

Embora para muita gente, Jill Abramson (Nova Iorque, 1954) tenha passado à história como a primeira mulher a dirigir o “The New York Times” conseguindo “o trabalho dos meus sonhos”, como ela o definiu, talvez se devesse encarar isso como um período de três anos numa longa trajetória profissional, na qual se destacou a constância no seu compromisso com a verdade; a persistência por mostrar o que interessa aos leitores e um elevado sentido do jornalismo como serviço público. Em 12 de fevereiro, em Madrid, falou da importância da narrativa no encontro anual de jornalistas “Conversaciones com...” .

Quando em setembro de 2011 ocupou o seu cargo à frente de uma redação composta já em 40 % por mulheres, a primeira coisa que fez foi adquirir um iPad, um *tablet* de modo a acompanhar a transição tecnológica do diário a que ia juntar os seus esforços. “Na era digital não basta produzir o melhor jornalismo do mundo; erguer uma história, seja um exclusivo impresso ou uma reportagem ou vídeo para a *web* não termina o trabalho”, dizia numa das suas “cartas à redação”; “publicar hoje implica assumir o impacto do jornalismo de qualidade na nossa página *web*, aplicações e outras plataformas”.

Embarcar numa carreira “para que o ‘The New York Times’ continuasse a liderar em excelência e inovação na nova fronteira do jornalismo digital”, como lhe pedia o presidente da sua empresa, não era uma carga para esta “veterana com feridas de guerra”, como se definia a si própria numa longa entrevista ao “The Guardian” (“Jill Abramson: I’m a battle-scarred veteran”, 7.6.2011). Na sua luta para captar novas audiências *on line* (no momento da sua designação, a sua marca já tinha 46 milhões de utentes únicos por mês),

Abramson não esquecia que a chave do prestígio do “The New York Times” – a profundidade da sua informação – tinha de a apresentar agora envolvida em novas formas de narração.

Fruto do seu otimismo e do trabalho de uma redação “incrivelmente inventiva para descobrir novas pistas”, como costuma recordar agradecida, durante o seu mandato (2011-2014) foram conseguidos oito prémios Pulitzer. Um deles, “Snow Fall”, é um dos trabalhos paradigmáticos da integração multimédia, assinado por John Branch, onde se relata a trágica experiência de alguns esquiadores depois de uma avalanche. Outras reportagens também tiveram ressonância global, como as que revelaram irregularidades na indústria têxtil no Bangladesh, abordaram o estilo laboral na Apple, ou descobriram uma dinastia de novos-ricos na China.

### Histórias sem ficção

A importância da narrativa foi sempre um desafio para Jill Abramson, que durante anos combinou o seu trabalho jornalístico com aulas e seminários em diferentes universidades. A jornalista norte-americana está convencida de que “existe futuro para a narrativa de longo formato, para novas audiências às quais se chega através de *tablets* e de *smartphones*”, como assegurava numa sessão na Boston University (“New NYT Editor on Future of Narrative Journalism”, 6.9.2011, em “BU Today”). Referia-se assim a um tipo de jornalismo que, sem ser ficção, se apresenta como um relato atrativo, rigoroso, em que se deve investir tempo, chegar às fontes e conhecer todos os pormenores. “O jornalismo de longo formato não só está vivo, como agora mesmo está a dançar ao som de uma música nova”, afirmava com entusiasmo.

Ela própria manteve esse sonho e compromisso com a verdade ao longo da sua carreira profissional, primeiro na revista “Time”, mais tarde no “The Wall Street Journal” e nestes últimos 17 anos no “The New York Times”. A sua exigência de qualidade levou-a desde o primeiro momento – quando cobria pela primeira vez eleições em 1978 – a ser testemunha dos factos e a não se conformar até conseguir falar com os protagonistas. Uma exigência de investigação documentada, profunda e contundente que impôs sem discussão à sua volta para onde quer que fosse.

Na nova etapa que Jill Abramson iniciou em maio de 2014, longe já do “The New York Times”, o seu interesse voltou-se para um projeto em que alinhou com Steven Brill, fundador da CourtTV: uma revista *on line* de colaborações longas, a meio caminho entre a grande reportagem e o livro, em que cada adesão receberá elevados montantes, em torno de 100 000 dólares. De momento, apresentaram o projeto a vários investidores que parecem interessados num produto que dará primazia à qualidade em detrimento da quantidade.

Mas talvez o que melhor expressa o seu constante sonho pela qualidade da comunicação seja o seu regresso às aulas. Desde

o outono, dá um seminário de Jornalismo em Harvard, a universidade onde se licenciou no ano de 1976, em História e Literatura, e percorreu alguns outros fóruns jornalísticos com uma cruzada particular a favor da liberdade de expressão e em defesa das filtragens.

M. A. B.