



UNIVERSIDADE
CATÓLICA
PORTUGUESA

**A PRODUÇÃO NOTICIOSA NA RÁDIO ECCLESIA: A
EVANGELIZAÇÃO ATRAVÉS DA NOTÍCIA**

**Dissertação apresentada à Universidade Católica Portuguesa
para obtenção do grau de mestre em Ciências da Comunicação,
na vertente Média e Jornalismo**

Por

António Miguel Estêvão

Faculdade de Ciências Humanas

Julho de 2017



**UNIVERSIDADE
CATÓLICA
PORTUGUESA**

**A PRODUÇÃO NOTICIOSA NA RÁDIO ECCLESIA: A
EVANGELIZAÇÃO ATRAVÉS DA NOTÍCIA**

**Dissertação apresentada à Universidade Católica Portuguesa
para obtenção do grau de mestre em Ciências da Comunicação,
na vertente Média e Jornalismo**

Por

António Miguel Estêvão

Faculdade de Ciências Humanas

Sob orientação de Professor Doutor Nelson Costa Ribeiro

Julho de 2017

RESUMO

O progresso tecnológico dos media e suas diversas valências, convenceram a Igreja a utilizá-los e a enquadrá-los na sua acção missionária, social e educativa. Esta abertura da Igreja aos MCS, consolidada com a definição de uma pastoral da comunicação durante o Concílio Vaticano II, sugeriu-nos um estudo sobre o contributo da Rádio Ecclesia (RE) na evangelização de Angola, através da produção noticiosa.

A revisão da literatura concernente quer à relação entre a Igreja e os media; quer ao papel da rádio generalista no éter e na web, ajudaram-nos a construir uma base de reflexão sobre a pertinência da fundação de uma rádio católica para Angola, num contexto africano onde, em geral, o serviço público de radiodifusão visa, sobretudo, promover e conferir visibilidade mediática às actividades do poder político vigente.

Da investigação levada adiante com base na análise de conteúdo de 10 radiojornais, em dois períodos diferentes, concluímos que, desde a sua fundação, a RE tem prestado um valioso contributo à Igreja de Angola: é uma emissora católica popular de serviço público, generalista e com vocação missionária e social. Fazendo recurso às fontes oficiais, eclesiais e particulares, a RE adopta a reportagem mais como género jornalístico preferencial na descrição dos acontecimentos, mormente de âmbito nacional, apesar de circunscrita à região de Luanda. Numa dinâmica de jornalismo de proximidade, a programação noticiosa da RE concede espaço e prioridade às populações mais carenciadas, no contexto da sua missão como veículo e porta-voz da Igreja na sua missão de expandir o Evangelho.

Para o cumprimento da sua missão, a RE tem procurado esforçar-se por observar os padrões da ética jornalística e as directrizes da Igreja atinentes à produção informativa. Entretanto, é necessário que na execução desta missão a RE invista mais na formação dos seus profissionais, aposte mais na reestruturação da sua *web-rádio* e persista no diálogo contínuo com o governo, visando a expansão do seu sinal por todo o país.

Palavras-chave: Produção noticiosa, Rádio Ecclesia, Dimensão Social do Jornalismo, Evangelização e Jornal das 12 horas.

ABSTRACT

The technological progress of the media and its various values convinced the Church to use them and to frame them in its missionary, social and educational activity. This openness of the Church to the social media consolidated with the definition of a pastoral for communications during the Second Vatican Council, suggested this a study on the contribution of the Radio Ecclesia (RE) in the evangelization of Angola, through the news production.

The literature review concerning both the relationship between the Church and the media and the role of generalist radio in the ether and the web, helped us to build a basis for reflection on the pertinence of the founding of a catholic radio station in Angola in an African context where, in general, the public service of broadcasting aims, above all, to promote and give media visibility to the activities of the political power in force. From the research carried out based on the Content Analysis of 10 radio news, in two different periods, we conclude that since its foundation, the Angolan Catholic Radio has made a valuable contribution to the Church of Angola: is public service popular catholic radio station, generalist and has a missionary and social vocation. Using the official, ecclesial and private sources, the RE adopts the reportage as the preferred journalistic genre in the description of events, mainly of national scope, although circumscribed to the region of Luanda. In a dynamic of proximity journalism, the news program of the RE gives space and priority to the most deprived populations, in the context of its mission as a vehicle of the Church in its mission to spread the Gospel.

For the fulfillment of its mission, the RE has sought to observe the standards of journalistic ethics and the Church's guidelines for information production. However, it is necessary that in the execution of this mission, RE invest more in the training of its professionals, bet more on the restructuring of its web radio and persist in the ongoing dialogue with the government, aiming to expand its signal throughout the country.

Keywords: News production, Radio Ecclesia, Social Dimension of Journalism, Evangelization and the 12 o'clock Journal.

AGRADECIMENTOS

Aos frades do Vicariato e da Província Portuguesa da Ordem dos Pregadores por terem patrocinado a minha Formação Complementar.

Aos frades do Convento de São Domingos de Benfica (Lisboa) pelo acolhimento, convívio fraterno e por todo o apoio prestado ao longo da minha formação académica na Universidade Católica Portuguesa.

Ao Frei Gerard Dume e demais frades do Convento de *Sante Mary's Dominican Community* em Cork (Irlanda) pela solidariedade demonstrada durante a minha formação na *International School of English*.

Aos directores da Rádio Ecclesia e respectivos adjuntos: padres Quintino Kandandji e Artur Savita (cessantes); padres Maurício Camuto e Augusto Epalanga (recém-nomeados) por terem autorizado a cedência dos registos magnéticos que viabilizaram a constituição dos dados empíricos atinentes a esta investigação. À Sr.^a Vanda Marisa de Carvalho por todo o esforço envidado no tratamento de todos os registos que serviram de suporte ao nosso estudo.

Aos padres João Carreira Mónico e Casimiro Oliveira pelo prestimoso apoio no acesso às fontes bibliográficas referentes ao processo histórico de fundação da Rádio Ecclesia de Angola, mormente nas três primeiras décadas da sua missão (1954-1978).

Aos meus professores pela competência e brio profissional evidenciados durante o ano curricular. As nossas sessões lectivas foram como “chuva miúda em terra fértil”. Eis a razão porque assumi o propósito de não faltar a nenhuma delas.

À Professora Dr.^a Catarina Duff Burnay pelas orientações e pelo encorajamento. O último ano do nosso mestrado foi uma “festa académica”. De facto, aprendemos a «partir pedras». Resta agora que elas sejam pedras valiosas e preciosas. Obrigado, Professora.

Finalmente, ao Professor Dr. Nelson Costa Ribeiro, meu Orientador, mestre e maestro por ter suportado as minhas limitações com perseverança, apesar do peso da responsabilidade de Director da nossa faculdade. Obrigado por todas as directrizes conducentes à produção deste estudo.

A todos, Deus abençoe.

ÍNDICE

AGRADECIMENTOS	4
ABREVIATURAS.....	11
INTRODUÇÃO	12
CAPÍTULO I – A NOTÍCIA E A PRODUÇÃO NOTICIOSA	15
1.1. A Notícia.....	15
1.2. A Produção Noticiosa	18
1.3. As Fontes de Informação e Respectivas Tipologias	27
1.4. A Dimensão Social do Jornalismo: nos Mass Media e no Contexto Católico	33
CAPÍTULO II – A IGREJA E A COMUNICAÇÃO RADIOFÓNICA	39
2.1. A Evangelização Através dos Media	39
2.2. A Evangelização do Contexto Newmedial.....	45
2.3. Definição dos Critérios Éticos de Produção Noticiosa nos Media Católicos	47
2.4. A Rádio Católica: Contexto de Surgimento e Papel Evangelizador.....	51
CAPÍTULO III - A RÁDIO GENERALISTA HOJE.....	60
3.1. Caracterização da Rádio Generalista	60
3.2. A Rádio Generalista na Era Digital: a Webrádio	64
3.3. Papel da Rádio Generalista em África	66
3.4. Rádio Ecclesia: Fundação, Missão e Bloqueios	75
CAPÍTULO IV- ESTUDO EMPÍRICO: OS RADIOJORNAIS DA RÁDIO ECCLESIA	86
4.1. Corpus de Análise.....	86
4.2. Análise de Dados	87
4.3. Apresentação e Interpretação dos Resultados.....	89
4.3.1. Dados sobre Indicadores Temáticos Globais.....	89
4.3.2. Indicadores Temáticos.....	91
4.3.3. Indicadores Relativos ao Tom	95
4.3.4. Indicadores sobre o Género Noticioso Adoptado	97
4.3.5. Indicadores Relativos ao Âmbito das Notícias.....	101
4.3.6. Indicadores sobre as Regiões Objecto de Cobertura	102
4.3.7. Indicadores Atinentes às Fontes de Informação	105
4.3.8. Indicadores Referentes aos Intervenientes nos Radiojornais	107

4.4. Considerações Finais.....	110
CONCLUSÃO.....	113
BIBLIOGRAFIA.....	118
1. LIVROS.....	118
2. DOCUMENTOS DA IGREJA.....	123
3. WEBGRAFIA.....	126
4. COMPACT DISC (CD's),.....	Erro! Marcador não definido.
Anexo 1 – Provisão de Ereção Canónica da Rádio Ecclesia.....	128
Anexo 2 – Decreto de Nacionalização da Rádio Ecclesia (Decreto nº 5/78 de 24 de Janeiro)....	131
Anexo 3 – Projecto de decreto de anulação da nacionalização da Rádio Ecclesia.....	133
Anexo 4 – Grelha de Programas da Rádio Ecclesia (Fevereiro / 2017).....	134
Anexo 5 – Logótipos Rádio Ecclesia.....	136
Anexo 6 – Tabelas e Gráficos da Análise de Conteúdo.....	137
Anexo 7 – Gravações dos Radiojornais de 21-25 Novembro 2016 e de 3-7 Abril 2017	

Índice de Tabelas e Gráficos

Gráfico 1 - Indicadores temáticos globais (JN) de 21 a 25 de Novembro de 2016	90
Gráfico 2 – Indicadores temáticos globais (JN) de 3 a 7 de Abril de 2017	90
Gráfico 3 - Percentagem de temas (JN) de 21 a 25 de Novembro de 2016	92
Gráfico 4 - Percentagem de temas (JN) de 3 a 7 de Abril de 2017	93
Gráfico 5 – Percentagem de tom (JN) Novembro	96
Gráfico 6 – Percentagem de tom (JN) Abril	96
Gráfico 7 - Percentagem de género (JN) Novembro	98
Gráfico 8 - Percentagem de género (JN) Abril	98
Gráfico 9 - Percentagem de âmbito (JN) Novembro	101
Gráfico 10 - Percentagem de âmbito (JN) Abril	101
Gráfico 11 - Percentagem de região (JN) Novembro	103
Gráfico 12 - Percentagem de região (JN) Abril	104
Gráfico 13- Percentagem de fonte (JN) Novembro	105
Gráfico 14 - Percentagem de fonte (JN) Abril	106
Gráfico 15 - Percentagem de intervenientes (JN) Novembro	108
Gráfico 16 - Percentagem de intervenientes (JN) Abril	109
Tabela 1 - JN - Dia 21 de Novembro de 2016	137
Indicadores temáticos globais	138
Indicadores relativos ao tema	138
Indicadores relativos ao tom	139
Indicadores relativos ao género noticioso adoptado	139
Indicadores relativos ao âmbito das notícias	140
Indicadores relativos às regiões beneficiadas	140
Indicadores relativos às fontes de informação	141
Indicadores relativos aos intervenientes	141
Tabela 2 - JN - Dia 22 de Novembro de 2016	142
Indicadores temáticos globais	143
Indicadores relativos ao tema	143
Indicadores relativos ao tom	144
Indicadores relativos ao género noticioso adoptado	144

Indicadores relativos ao âmbito das notícias	145
Indicadores relativos às regiões beneficiadas	145
Indicadores relativos às fontes de informação	146
Indicadores relativos aos intervenientes	146
Tabela 3 - JN - Dia 23 de Novembro de 2016	147
Indicadores temáticos globais	148
Indicadores relativos ao tema	148
Indicadores relativos ao tom	149
Indicadores relativos ao género noticioso adoptado	149
Indicadores relativos ao âmbito das notícias	150
Indicadores relativos às regiões beneficiadas	150
Indicadores relativos às fontes de informação	151
Indicadores relativos aos intervenientes	151
Tabela 4 - JN - Dia 24 de Novembro de 2016	153
Indicadores temáticos globais	154
Indicadores relativos ao tema	154
Indicadores relativos ao tom	155
Indicadores relativos ao género noticioso adoptado	155
Indicadores relativos ao âmbito das notícias	156
Indicadores relativos às regiões beneficiadas	156
Indicadores relativos às fontes de informação	157
Indicadores relativos aos intervenientes	157
Tabela 5 - JN - Dia 25 de Novembro de 2016	159
Indicadores temáticos globais	160
Indicadores relativos ao tema	160
Indicadores relativos ao tom	161
Indicadores relativos ao género noticioso adoptado	161
Indicadores relativos ao âmbito das notícias	162
Indicadores relativos às regiões beneficiadas	162
Indicadores relativos às fontes de informação	163
Indicadores relativos aos intervenientes	163

Tabela 6 - JN - Dia 03 de Abril de 2017	165
Indicadores temáticos globais.....	166
Indicadores relativos ao tema	166
Indicadores relativos ao tom	167
Indicadores relativos ao género noticioso adoptado	167
Indicadores relativos ao âmbito das notícias	168
Indicadores relativos às regiões beneficiadas	168
Indicadores relativos às fontes de informação.....	169
Indicadores relativos aos intervenientes.....	169
Tabela 7 - JN - Dia 04 de Abril de 2017	171
Indicadores temáticos globais.....	172
Indicadores relativos ao tema	172
Indicadores relativos ao tom	173
Indicadores relativos ao género noticioso adoptado	173
Indicadores relativos ao âmbito das notícias	174
Indicadores relativos às regiões beneficiadas	174
Indicadores relativos às fontes de informação.....	175
Indicadores relativos aos intervenientes.....	176
Tabela 8 - JN - Dia 05 de Abril de 2017	177
Indicadores temáticos globais.....	178
Indicadores relativos ao tema	178
Indicadores relativos ao tom	179
Indicadores relativos ao género noticioso adoptado	179
Indicadores relativos ao âmbito das notícias	180
Indicadores relativos às regiões beneficiadas	180
Indicadores relativos às fontes de informação.....	181
Indicadores relativos aos intervenientes.....	181
Tabela 9 - JN - Dia 06 de Abril de 2017	182
Indicadores temáticos globais.....	183
Indicadores relativos ao tema	183
Indicadores relativos ao tom	184

Indicadores relativos ao género noticioso adoptado	184
Indicadores relativos ao âmbito das notícias	185
Indicadores relativos às regiões beneficiadas	185
Indicadores relativos às fontes de informação.....	186
Indicadores relativos aos intervenientes.....	186
Tabela 10 - JN - Dia 07 de Abril de 2017	187
Indicadores temáticos globais.....	188
Indicadores relativos ao tema	188
Indicadores relativos ao tom	189
Indicadores relativos ao género noticioso adoptado	189
Indicadores relativos ao âmbito das notícias	190
Indicadores relativos às regiões beneficiadas	190
Indicadores relativos às fontes de informação.....	191
Indicadores relativos aos intervenientes.....	191

Índice de Figuras

Figura 1- Logótipo Rádio Ecclesia em 1954	136
Figura 2- Logótipo Rádio Ecclesia em 1970	136
Figura 3 - Logótipo Rádio Ecclesia desde 1997	136

ABREVIATURAS

ADD – Ad Gentes (às gentes, às pessoas)

AN – *Aetatis Novae* (A Nova Era)

CD – *Christus Dominus* (Cristo Senhor)

CEAST – Conferência Episcopal de Angola e São Tomé

CP – *Communio et Progressio* (Comunhão e Progresso)

CPCS – Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais

EA – *Ecclesia in Africa* (A Igreja que está em África)

ECA – Emissora Católica de Angola

GE – *Gravissimum Educationis* (A importância da educação)

IM – *Inter Mirifica* (Entre as maravilhosas técnicas)

MCS – Meios de Comunicação Social

MP – *Miranda Prorsus* (Maravilhosos progressos técnicos)

RCA – Rádio Clube de Angola

RCM – Rádio Clube de Moçambique

RE – Rádio Ecclesia

VC – *Vigilanti Cura* (Vigilante solicitude, cura)

ZANU-PF – Zimbabwe African National Union – Patriotic Front (União Nacional Africana do Zimbabwe – Frente patriótica).

INTRODUÇÃO

A omnipresença, a diversidade, a simultaneidade e a universalidade são algumas das inúmeras valências (potencialidades) dos media que convenceram a Igreja a servir-se deles na educação social, na promoção da paz, no serviço público e sobretudo na expansão do Evangelho. É por esta razão que Pio XI considerou os meios de comunicação social como «dons de Deus» (*Vigilante Cura*, 1936: nº6). Pio XII, depois de reconhecer que a reprodução eletrónica apoiava a difusão e a expansão da mensagem cristã, estabeleceu uma doutrina cristã sobre a comunicação (*Miranda Prorsus*, 1957). João XXIII valorizou e aprofundou estas apreciações, deixando claro que o direito à informação deriva do direito natural de conhecer a verdade, no âmbito da liberdade religiosa (*Mater et Magistra*, 1961). Todas estas considerações serviram de suporte ao Concílio Vaticano II na definição formal de uma pastoral da comunicação com a publicação do primeiro documento oficial da Igreja Universal sobre os meios de comunicação social - o decreto *Inter Mirifica*, 1965 - e demais documentos posteriores, particularmente a *Communio et Progressio* (CP,1971) e a *Aetatis Novae* (AN,1992). As duas instruções pastorais apresentam uma perspectiva cristã da utilização dos media como prioridade pastoral nas mais diversas formas de apostolado (CP,6-17; AN,6,10,16-33) como factores do progresso social e humano (CP,19-47; AN,7-9) quer no éter (CP,148-157) quer na web (AN,1-3).

Entretanto, o início da radiodifusão católica é anterior à publicação oficial da documentação formal relativa à vocação missionária dos media da Igreja e do seu papel social. Na verdade, embora com perspectivas diferentes¹, a evangelização através dos media foi uma proposta dos papas Leão XIII (1878-1903), Bento XV (1914-1922) e sobretudo de Pio XI (1922-1939). Estas ideias foram oportunamente aproveitadas pelo episcopado holandês para fundar a primeira emissora católica, em 1930, antes mesmo da inauguração da Rádio Vaticano (em 1931), como atestaremos oportunamente.

Em Portugal, os padres Magalhães Costa e Domingos Bastos foram os iniciadores da criação da Rádio Renascença. A análise comparativa e minuciosa do perfil e da programação que presidiram à abertura da Rádio Renascença (Ribeiro, 2002:19-25) e da Rádio Ecclesia (Martins, 1962:6-12; ECA, 1970,15-21; De Pinho,1979:270), parecia sugerir que o projecto Renascença

¹ Para Leão XIII, era necessário publicitar a mensagem cristã na imprensa para contrapor “tendências malélicas” de um suposto “jornalismo mal intencionado”. Bento XV sugeriu uma “boa imprensa” ao serviço da paz. E Pio XI introduziu a ideia dos media como instrumentos de evangelização (B.Spoleniti *apud* J.Puntel,2010:26). Embora diferentes, as três perspectivas são evangelizadoras.

teria inspirado e incentivado Dom Moisés Alves de Pinho e o Padre José Maria Pereira (ambos missionários espíritanos portugueses) na fundação de uma rádio católica para Angola, em 1954, isto é, 17 anos após a fundação e inauguração da Rádio Renascença. No entanto, e tal como demonstraremos mais adiante, a aceitação da proposta de fundação da RE é resultante do sucesso da Rádio Clube de Angola e da sua abertura à cooperação com o então Arcebispo de Luanda na difusão de programas religiosos através daquela estação emissora.

Actualmente, e apesar das suas limitações, a RE continua a afirmar-se no contexto mediático angolano como uma das estações de maior referência quer no âmbito da sua vocação missionária quer do ponto de vista da sua dimensão social. É por esta razão que os 62 anos² de existência desta emissora suscitaram uma questão que nos parece sugestiva: de que maneira é que a produção noticiosa da RE tem apoiado a Igreja na expansão do Evangelho em Angola?

Vários objectivos estiveram na base da nossa opção por esta temática:

- Objectivos Pessoais – a necessidade de aperfeiçoamento da nossa missão de sacerdote e frade dominicano empenhado na pastoral da comunicação e no radiojornalismo católico; o desejo de prestar o devido apoio à melhoria da produção noticiosa da RE; a necessidade de motivar sacerdotes e religiosos a acolher as solicitações dos jornalistas e de fomentar a integração destes presbíteros e consagrados na pastoral da comunicação, visando a formação da opinião pública, a melhoria da qualidade da informação e a difusão da acção missionária da Igreja.

- Objectivos de Pesquisa – a compreensão dos critérios éticos de produção noticiosa definidos pela Igreja nos media católicos; a percepção da perspectiva católica sobre os media, confrontando-a com novos desafios impostos pelo contexto mediático actual; a análise do contributo da RE na evangelização de Angola por meio da produção noticiosa; a necessidade de se investigar o contexto histórico-eclesial que deu origem à aceitação e integração formal da rádio na acção evangelizadora da Igreja; o conhecimento das teorias de comunicação e da sua função e contributo na produção noticiosa da rádio católica.

Para a concretização destes propósitos, estruturaremos o nosso estudo em quatro capítulos: no 1º capítulo, sobre a produção noticiosa, abordaremos o contributo da notícia como construção social da realidade, a importância das fontes de informação no processo de produção informativa e a função social do jornalismo; no 2º capítulo, faremos um estudo da relação histórica entre a Igreja e a comunicação radiofónica, apresentando uma síntese documentada

² Subtraindo, obviamente, os 19 anos em que ela foi silenciada (1978-1997).

sobre a evangelização através dos media, os critérios éticos de produção informativa nos media eclesiais e o papel sócio-evangelizador das rádios católicas; no 3º capítulo apresentaremos uma caracterização da rádio generalista quer no âmbito da webrádio quer quanto ao seu papel no contexto africano onde está inserida a RE, cuja história e missão merecerão particular destaque; o 4º capítulo será dedicado ao estudo empírico da produção noticiosa da RE. Nesta secção apresentaremos as técnicas e métodos de que nos serviremos na recolha e análise de dados, centrando-nos no radiojornal das 12 horas que será o nosso *corpus* de análise. Em seguida, procederemos à exposição e interpretação dos dados empíricos com base nos indicadores correspondentes à temática e ao tom das notícias radiodifundidas; aos intervenientes nos radiojornais; às regiões beneficiadas pela cobertura jornalística; ao âmbito de produção da informação; aos géneros jornalísticos adoptados; à durabilidade das peças jornalísticas; e às fontes de informação consultadas na feitura das notícias.

CAPÍTULO I – A NOTÍCIA E A PRODUÇÃO NOTICIOSA

Para a melhor compreensão do tema da nossa dissertação – *A produção noticiosa na Rádio Ecclesia: a evangelização através da notícia* –, seleccionámos três conceitos teóricos que nos ajudarão a enquadrar o nosso estudo: «A Notícia», «As Fontes de Informação» e a «Dimensão Social do Jornalismo». Estes são conceitos que pensamos serem fundamentais para a clarificação desta temática.

1.1. A Notícia

“Notícia” é um vocábulo de origem latina *notus* e significa “notável”, “ser conhecido”, “famoso”. Este substantivo também tem relação com o verbo grego *gnoscere*, que significa “vir a saber”, “tomar conhecimento”. Assim, a “Notícia” é a «informação que apresenta um facto ou acontecimento novo»³. É um texto informativo de interesse público que narra ou descreve um facto actual (ou actualizado), cujo conteúdo é constituído por um tema sociopolítico, económico, desportivo ou cultural. M. Fontcuberta define a Notícia como um texto elaborado para ser difundido pelos media, transformando o acontecimento em notícia (2010:60). A partir desta definição, F. Cascais sugere três elementos constitutivos e essenciais para a produção do jornal noticioso: «o acontecimento, que implica uma acção; a informação, o relato da acção; e o público a quem é dirigida esta informação» (2001:140). Do ponto de vista da produção noticiosa, os especialistas sugerem três etapas fundamentais: captação ou colecção; edição ou selecção; e apresentação. Em geral, a produção noticiosa inclui três géneros jornalísticos: o informativo, superficial, imediato e sem detalhes; o interpretativo, a cobertura ampliada do facto que implica as suas consequências em vários âmbitos e contextos; e o opinativo, caracterizado por um comentário especializado sobre a matéria noticiosa que expõe a sua opinião ou a opinião da referida empresa⁴. Faus Belau apresenta-nos uma classificação similar no âmbito da criatividade noticiosa: o *flash informativo* que dá a conhecer um evento com a maior brevidade; *as notícias explicadas*, contextualizadas e divulgadas pelos jornais noticiosos ou boletins informativos, com maior enfoque dos acontecimentos em si; *as notícias opinativas*, os comentários que podem ser monólogos ou diálogos documentados; e o *informe*, uma espécie de resenha noticiosa que

³ <https://www.significados.com.br/noticia> (consultado a 5.11.2016).

⁴ Cf. Ibidem.

apresenta uma visão “completa” dos factos noticiados, procurando aprofundar as suas razões e contextos. Trata-se da notícia criativa, cujo objectivo é complementar a notícia directa que insere novas modalidades de narrativas (1973:251).

Existem diversos conceitos que ajudam a clarificar e a aprofundar a definição de Notícia na contemporaneidade. Seleccionámos três que nos parecem relevantes para o nosso estudo: a mediação, a mediatização e as cibernotícias.

A Mediatização é o acto de divulgar um facto nos media, de torná-lo mediato, isto é, de dar a conhecer um evento, uma pessoa ou grupo social, através de um intermediário. Deste ponto de vista, a mediatização é uma mediação, cujo intermediário é necessariamente um *medium* (Azémard, 2003:45). A mediatização é também a publicitação feita pelos media em torno de uma ideia, organização ou pessoa com o propósito de elevar a sua reputação. A mediatização visa ainda apoiar e dar visibilidade ao poder político ou personalidade política. Aludimos, por exemplo, ao culto da personalidade e à *sobre-mediatização* que podem conduzir à saturação do público. É por esta razão que, em alguns países, o acesso aos media, fora dos espaços informativos, é regulamentado com a definição do tempo de antena. Pode acontecer também o oposto: a *sub-mediatização*, quando o assunto não é suficientemente tratado pelos media em função da sua pertinência e importância (Ibidem).

A Mediação é um processo de intermediação orientado por um mediador, que visa um livre acordo entre as partes em conflito. Neste processo de busca de uma solução e entendimento das partes desavindas, o mediador assume a função de árbitro e de conciliador. Nos media, a função do jornalista é definida como mediação porque o profissional de informação assume a intermediação entre as fontes de informação e o público, entre as instituições e indivíduos e entre o poder e a opinião pública. Assim, a notícia é um produto ao serviço do público resultante do compromisso dos media com a sociedade e que consiste em oferecer uma informação isenta, pertinente, obtida de fontes diversificadas (Dines, 1996:23). Portanto, a produção informativa é um processo de mediação. O jornalista é mediador entre a notícia (a realidade em contínua transformação) e a sociedade a ser informada. Como mediadores, os profissionais de informação assumem um duplo compromisso: com o órgão de comunicação que lhes exige uma informação de qualidade; e com a sociedade que espera dos jornalistas uma informação completa, sem manipulação (Ibidem). É necessária uma aliança entre a ética e a técnica no desempenho jornalístico. A. Dines salienta que, na produção noticiosa, a ética alia-se à técnica jornalística

porque «as infracções aos postulados éticos-técnicos não podem ser relativizadas (...). Quaisquer que sejam os efeitos de um defeito informativo (...), rompem o elo de confiança entre o jornalista e a sociedade» (Ibidem). Entretanto, o surgimento da internet, da Web 2.0 e do consequente florescimento dos novos media passou a facilitar a comunicação directa entre as fontes e o público. O jornalista vai deixando de ser intermediário ou mediador devido à perda de influência dos media tradicionais: «disrupção» (Ribeiro, 2016:203) e «remediação» (Bolter & R. Grusin, 2010:56, 273). Na sociedade pós-mediática da web 2.0, o ouvinte, o telespectador, o leitor e o internauta deixaram de ser meros e passivos receptores de conteúdos produzidos pelos media: participam, interagem e comentam, num contexto multimediático e de desintermediação (irreversível) da produção noticiosa. Nas redes sociais como o *Facebook*, o receptor é também “repórter” e produtor de “notícias”. É o «jornalismo-cidadão (...) que contesta estruturas e rotinas produtivas do jornalismo clássico» (Santos, ibidem:240). Este processo desafia as empresas de comunicação a redefinir estratégias redaccionais que prevejam a crescente perda de influência dos *mass media* e do poder interactivo e participativo dos “inquilinos” do ciberespaço, em busca de cibernotícias.

As Cibernotícias: o efeito disruptivo dos novos media e a remediação referidos por N. Ribeiro e J. Bolter e R. Grusin, impeliram os *mass media* a desenvolver o radiojornalismo no ambiente digital onde, como afirma A. I. Reis, a rádio também vai «à conquista da imagem: a rádio visual» (2015:49). Desta forma, «na web, a rádio deixa de ser puramente auditiva - vê-se e lê-se - é uma rádio onde o primeiro contacto é visual e não auditivo» (Ibidem). Dá-se então um salto qualitativo: «do hipertexto⁵ ao hiper-áudio» (Ibidem: 86). As possibilidades de produção de notícias *online* (cibernotícias) criaram condições para outra criatividade jornalística: os *agregadores de notícias*, que são *sites* que agrupam e redistribuem o conteúdo informativo proveniente de outros meios de comunicação, embora alguns agregadores, como o *Huffington Post*, produzam informação original. A escolha de informações é feita por jornalistas ou através de *algoritmos* que são mecanismos automáticos de selecção de notícias. As vantagens deste procedimento têm a ver com o facto de os agregadores poderem dar visibilidade ao *site* original das notícias por meio de *hiper-links*. Porém, personalidades do mundo mediático como Rupert Murdoch (2009) manifestaram-se contra esta prática. Murdoch, que cognominou os agregadores

⁵ O Hipertexto é «um modo de interação que leva o usuário a interligar informações (texto, imagens fixas, ou animadas e sons) de forma associativa e intuitiva» [SEPAC- Serviço à Pastoral da Comunicação (2012)], *Mídias Digitais: Produção de conteúdos para a web*, São Paulo, p.16.

de «vampiros digitais que se alimentam do sangue dos media tradicionais» (Ibidem), considera a agregação de notícias uma prática injusta, indelicada e, por isso, «um roubo», devido aos elevados custos em salário e tecnologia investidos pelos meios de comunicação social tradicionais (Lee & Chyi, 2015). Este estudo sobre os agregadores de notícia sugere quatro razões que motivam os internautas a consultar os agregadores de notícias: a pesquisa de informação e de entretenimento e a busca de opiniões e de enquadramento social (ibidem).

Por outro lado, para entendermos a criação de notícias, tanto em meios tradicionais como digitais, devemos atender ao facto de na origem destas estarem, em muitos, o que Daniel J. Boorstin designa por “pseudo-eventos”. Estes são acontecimentos promovidos por uma pessoa ou instituição com o propósito de suscitar a curiosidade dos media e obter a sua cobertura jornalística. (1987: 45-75). Segundo Boorstin, o sucesso e o interesse desta criatividade mede-se pela sua dimensão jornalística por ser uma iniciativa de autopromoção em que convergem interesses mutuamente vantajosos entre os media e os promotores dos pseudo-eventos: os jornalistas ganham ao noticiar e reproduzir um evento, transformando-o numa notícia espectacular, notável, actual; enquanto os promotores do pseudo-acontecimento conseguem sair do anonimato ao dar a conhecer e ampliar o impacto da iniciativa organizada “à boleia” dos media (ibidem). De acordo com C. Fontes, no contexto político, estas «manobras de diversão» constituídas por «factos políticos» reais ou fictícios, visam desviar a atenção dos media após uma notícia negativa⁶. Entre os pseudo-eventos organizados para atrair os media sublinhamos certas conferências de imprensa, debates televisivos entre candidatos e casamentos reais, «organizados a pensar nos media», como afirma Cascais (Ibidem:20).

1.2. A Produção Noticiosa

As teorias sobre a construção noticiosa procuram explicar o processo de selecção, produção e divulgação de informações através dos media. São pesquisas que investigam a fonte, os resultados, a acção da realidade mediática e os factores técnicos, sócio-económicos, políticos e intelectivos (Wolf, 1987).

Das diversas teorias concebidas pelos cientistas da comunicação destacamos a teoria do Espelho, a teoria Organizacional, a da Acção política, a teoria Construtivista, o Agenda setting e o Newsmaking.

⁶ Carlos Pontes, “Acultura”, <http://acultura.no.sapo.pt/page8mdois.html> (Consultado a 4.10.2016).

A teoria do Espelho considera que a produção noticiosa se limita à recolha e divulgação imparcial dos factos (Traquina, 2010:74). Esta reflexão fez emergir uma compreensão do jornalista como «mero mediador (...) que ignora os interesses dos ouvintes, leitores ou telespectadores» (Santos, 2010:224).

De acordo com a teoria da Acção política, os media são encarados como estruturas que apoiam a manutenção de sistemas e interesses políticos por via de uma produção de notícias distorcidas (Ibidem:87-94). Neste contexto, o jornalista passa a ser «um brinquedo nas mãos dos poderosos» (Santos, ibidem:224). Aliás, Freixo sugere que a perspectiva da acção política define os media como «clubes políticos» (2012:395).

O *Agenda setting* é a agenda noticiosa definida pelos media na qual se estabelece a ordem de importância dos assuntos que se disponibilizam à opinião pública. Estes temas são considerados pelos media como publicamente relevantes. Assim, o pressuposto fundamental do *Agenda setting* é que «a compreensão que as pessoas têm de grande parte da realidade social lhes é fornecida (...) pelos *mass media*» (Shaw, 2003 *apud* Wolf). Os media dispõem de uma capacidade para estabelecer a agenda dos assuntos considerados indispensáveis pelo público (Cf. Wolf: ibidem). Esta argumentação ajuda-nos a reafirmar a interferência dos media no conhecimento que as pessoas têm da realidade, configurando uma nova maneira de ver e sentir o mundo, desempenhando uma influência fundamental na formação da opinião pública (Cristina *et al*, ibidem:166 e 180). É por esta razão que, segundo B. Cohen «apesar de a imprensa não conseguir dizer às pessoas como pensar, tem, no entanto, uma capacidade espantosa para dizer aos seus leitores sobre que o que pensar» (1963:13).

A teoria Organizacional apresenta o jornalista como colector de notícias a quem é também incumbida a missão de decidir sobre os destaques a publicar de acordo com os critérios da entidade empregadora, sendo que uma das vertentes desta teoria é o *Gatekeeping*. É um processo de filtragem de informações pelas empresas mediáticas antes da sua publicação. Os acontecimentos são formatados pelo jornalista que, na sua função de editor de notícias, é simultaneamente activo e selectivo (Gaillard, 1996:21). Nesta tarefa, o editor escolhe os factos e transforma-os em notícias, durante um processo de produção que, como referimos, comporta três etapas: a colecta das notícias, o seu tratamento e respectiva difusão. Contudo, tendo em conta o limite de espaço, de tempo e das prioridades da empresa de comunicação, o jornalista é orientado a efectuar uma selecção criteriosa e rigorosa das notícias a publicar. P. Gaillard sugere três

critérios prioritários de selecção de notícias: a actualidade ou novidade (e exclusividade) que suscita uma reacção do público, a exemplo do anúncio de manifestações populares ou a ameaça de inundações; a significação, isto é, a repercussão da notícia no tempo e no espaço. Por conseguinte, a apreciação do impacto de um acontecimento requer do jornalista, cultura, conhecimento, espírito crítico e “juízo” rápido; e o interesse directo e objectivo suscitado pelo carácter dramático ou insólito do acontecimento junto do público (Gallard, 1971:29-35). Este processo de controlo de produção e difusão de notícias é chamado *gatekeeping*, sendo que o jornalista “controlador” deste processo é o *gatekeeper*, cuja função (o *gatekeeping*) apresenta certos limites por desconsiderar que as normas profissionais interferem no processo de produção noticiosa. Mais ainda: a teoria do *Gatekeeping*, além de subjectiva, não considera a estrutura burocrática do órgão de comunicação. Ora, B. Grundy chama a nossa atenção para a seriedade da questão do interesse público, apelando para o respeito das questões éticas de legalidade, honestidade, justiça, equilíbrio, exactidão e conveniência, durante o processo de selecção de notícias (ibidem:236-237). Traquina aprofunda a crítica e afirma que a teoria do *Gatekeeping* «promove o conformismo com a política editorial da organização (...) e com os sentimentos de obrigação e de estima para com os superiores» (ibidem:80-81).

Ao contrário das anteriores, a teoria Construtivista não define a notícia como produto de uma «decisão» do editor ou da orientação da instituição que ele representa. A produção noticiosa é considerada no contexto social mais vasto em que os conhecimentos que adquirimos são-nos providos pelas instituições mediáticas produtoras de informação. Por conseguinte, a notícia passa a ser uma construção social da realidade. Berger e Lukmann entendem que a realidade natural “tipificada” é, na maior parte dos casos, uma construção dos media. Estes actuam na qualidade de “agentes” da institucionalização dos hábitos diários, através da produção de conteúdos, cuja linguagem é, de facto, um factor determinante no apoio à sedimentação do conhecimento, na objectivação de outras experiências e na compreensão da vida quotidiana (1997:77-94). Freixo sugere uma argumentação similar ao afirmar que os acontecimentos são construídos e conhecidos através da «actividade discursiva» dos media, cuja função é «produzir» a realidade social (Ibidem: 397). Por outro lado, a análise etnográfica das redacções incentivou o surgimento do estudo de Tuchman (1978) sobre «a rede noticiosa (...) que dá cobertura permanente ou regular de locais e personalidades de maior previsibilidade em valores-notícia/news values» (Santos, 2010, ibidem:225).

A teoria do *Newsmaking* procura explicar as práticas de produção noticiosa na redação. Ela está relacionada com a produção diária das notícias ao abrigo de determinados parâmetros e valores das notícias (*news values*). O texto “fundador” da definição de «valores-notícia» é anterior à década de 70 e foi publicado por Johan Galtung e Mari Ruge, em 1965. Num estudo pioneiro sobre os «factores» influenciadores da produção noticiosa, T. Harcup e D. O’Neill consideram o documento de 65 como «um marco no estudo de valores-notícia e selecções de notícias» (2001:1). Os dois autores noruegueses apresentam uma reflexão sobre os 12 factores noticiosos publicados por Galtung e Ruge. Com efeito, um acontecimento que não se desenrola com a mesma *Frequência*, a exemplo de um assassinato, tem mais probabilidade de ser seleccionado para difusão em relação a uma tendência social que ocorre durante um longo período. No entanto, este factor noticioso relaciona-se com tendências e especulações e não com eventos. A *Amplitude* é o factor noticioso determinado pela intensidade quantitativa das consequências de um acontecimento, a exemplo das vítimas de um acidente, cujo impacto pode determinar a sua selecção para difusão. A *Clareza* refere-se aos eventos de interpretação fácil e unívoca, susceptíveis de ser seleccionados para divulgação. Entretanto, este factor suscita dúvidas porque a ausência de ambiguidade poderia resultar de uma mera interpretação temática ou jornalística. A *Significância* relaciona-se com acontecimentos que se dão num contexto que nos é familiar e próximo, sendo que a relevância do facto sobre a audiência e a proximidade cultural determinam a escolha da ocorrência para ser noticiada. Porém, este factor noticioso pode ser submetido aos efeitos da mudança temporal. A *Consonância* é a construção de uma nova narrativa com base numa imagem pré-existente. Por exemplo, a partir do escândalo político do «Watergate», foram cunhados novos vocábulos como o «Irãogate». Todavia, Harcup e O’Neill manifestam certa reticência e entendem que este critério é ambíguo na definição do tempo da sua aplicabilidade. A *Raridade* dá-se quando os acontecimentos inesperados atraem a atenção do público e têm hipótese de serem seleccionados para divulgação. Contudo, os autores noruegueses apresentam uma argumentação adversa e afirmam que o jornalista poderia limitar-se a seleccionar um ângulo inesperado de um evento previsível. A *Continuidade* é o valor notícia que se refere a acontecimentos que, por serem de grande amplitude, continuarão a ter “vida” nos dias subsequentes à primeira difusão. No entanto, os autores da ideia (Galtung e Ruge) não revelam claramente as razões que impeliram os jornais a destacar determinadas notícias em dias anteriores. A *Composição* é o equilíbrio e a equidistância necessários perante a diversidade de

assuntos a noticiar pelas redacções. Mas é necessário que se sublinhe a impossibilidade de se conhecerem os critérios mentais que presidem à selecção de determinadas notícias. As acções de *Países e de Pessoas de Elite* como factores de noticiabilidade têm uma forte influência política, cultural e económica sobre indivíduos e países quando comparadas às outras nações e personalidades, embora em tempo determinados. Entretanto, Harcup e O'Neill discordam da ideia, considerando que, em contextos como o britânico, este critério é de rara aplicabilidade devido à escassez de notícias estrangeiras. Mais ainda, a utilidade deste valor-notícia é também posta em causa por ignorar a distinção, por exemplo, entre as *Spice Girls* e o presidente americano. A *Personalização* ocorre quando os media apresentam uma acção protagonizada por iniciativa de pessoas ou colectividades célebres. Contudo, é legítimo questionar-se sobre se este critério é intrínseco às pessoas ou à técnica jornalística. A *Negatividade* faz destaque segundo a máxima *bad news is good news*, porquanto, as notícias negativas são mais raras, imprevisíveis e, portanto, atractivas à produção noticiosa. Porém, este factor noticioso é questionado tendo em conta que «uma má notícia para alguns, pode ser uma boa notícia para outros (Harcup & O'Neill, 2001:262-270). E, de facto, a guerra que mata e destrói é uma boa notícia para o florescimento da indústria de armas.

Após a análise minuciosa dos 12 critérios de noticiabilidade definidos por Galtung e Ruge, após uma revisão da literatura sobre a mesma temática e após a pesquisa efectuada a três principais jornais britânicos (*Daily Telegraph, The Sun e Daily Mail*), Harcup e O'Neill propuseram 10 novos valores-notícias. Assim, as histórias relativas a indivíduos “poderosos”, a organizações e a instituições constituem um único valor-notícia que os autores cognominam *Elites de Poder*. Todavia, quando as histórias se referem a cidadãos ilustres, o factor noticioso tem outra designação: *Celebridades*. O terceiro novo critério de noticiabilidade é o *Entretenimento* que aglutina narrativas relacionadas com sexo, interesse humano, animais, drama, mundo do espectáculo, humor e fotos graciosas. A *Surpresa* é o critério que alude às notícias com elementos contrastantes ou surpreendentes; enquanto a *Relevância* tem que ver com histórias sobre questões, grupos e nações considerados indispensáveis para o público. A lista de Harcup e O'Neill também integra as *Más Notícias* e as *Boas Notícias*: as primeiras reportam-se às histórias com repercussões negativas como conflitos e tragédias; e as *Boas Notícias* são narrações com efeitos positivos, a exemplo de resgates e curas. A *Magnitude* é o valor-notícia que congrega histórias encaradas como suficientemente significativas quer em relação ao número

de indivíduos nelas envolvido, quer quanto ao seu potencial impacto. Os dois últimos factores noticiosos são: o *Acompanhamento jornalístico* que se refere a temáticas já noticiadas, mas em contínua actualização; e a *Agenda dos jornais* quando se trata de descrições definidas ou programadas pelo próprio órgão de comunicação (Ibidem: 279).

De 2001 a 2016, o florescimento dos novos media e a produção noticiosa *online* apoiaram a descoberta de novos critérios de noticiabilidade, sugerindo a redefinição de outros preexistentes ou incentivando a combinação entre alguns deles (Harcup e O'Neill, 2016:1). A nova pesquisa (de 2016) elevou de 10 para 15 os valores-notícia. Desta forma, a *Exclusividade* é o critério de noticiabilidade que congrega histórias produzidas e disponibilizadas pelos diversos órgãos de comunicação como resultado de entrevistas, reportagens e investigações. Como segundo factor, os autores propõem as *Más Notícias* que são narrações com pendor negativo entre as quais a morte, as lesões, as derrotas e as perdas. O terceiro critério é o *Conflito*, um conjunto de descrições que se referem a diferendos como discussões, fraturas, greves, querelas, insurreições e guerras. A *Surpresa*, um dos valores “reciclados”, relaciona-se com histórias que trazem elementos imprevisíveis, contrastantes ou invulgares. Nesta nova lista, as histórias ilustradas com fotografias, vídeos, áudios ou infografias pertencem ao quinto critério noticioso: *os audiovisuais*. A *Partilha (shareability)* é o factor que aglutina narrativas pensadas para possível partilha e comentário, através dos media sociais como o *Facebook* e o *Twitter*. O sétimo valor é o *Entretenimento*, que reúne relatos sobre sexualidade, *show business*, humor, desporto, interesses humanos irrelevantes e animais. O *Drama* é o critério que se refere às fugas, aos acidentes, às buscas, aos cercos, aos resgates, às batalhas ou aos processos judiciais. Estas e as demais notícias, quando já divulgadas, requerem o devido *Acompanhamento jornalístico* que é o nono critério noticioso desta taxonomia. O décimo valor-notícia relaciona-se com as *Elites do Poder*, aplicando-se quando as histórias se relacionarem com indivíduos poderosos, organizações, instituições e corporações. Os últimos cinco valores-notícia aparecem também repetidos ou reajustados: a *Relevância*, que trata de relatos históricos de grupos ou nações considerados influentes ou com familiaridade cultural e histórica para o público; a *Magnitude*, cujas narrativas são significativas quanto ao elevado número de pessoas envolvidas; as *Celebridades*, quando se trata de contos sobre pessoas famosas; as *Boas Notícias*, que são descrições positivas, acerca de recuperações, avanços, curas, vitórias e celebrações; e, finalmente, a *Agenda das Organizações Noticiosas*, cujas narrações se definem e se enquadram

no próprio órgão de comunicação. Neste ponto, referimo-nos às promoções de natureza ideológica, à publicidade comercial ou às campanhas sociais específicas (ibidem:13).

Os autores deste estudo salientam que os 15 “novos” factores propostos não constituem uma última palavra sobre o assunto. Devem ser considerados como um conjunto de «ferramentas» para análises e pesquisas futuras, susceptíveis de motivar discussões posteriores. Podem ser contestados porque «governados» por considerações práticas tais como a disponibilidade de recursos, o tempo e uma «combinação de influências sociais, educacionais, ideológicas e culturais sobre os jornalistas». Há outros factores geradores de flutuações nos valores-notícia e que determinaram a sua redefinição: as notícias *online* que podem influenciar «cliques»; o contexto laboral dos editores e seu posicionamento na hierarquia dos media; e o modelo de audiência a quem dirigem os conteúdos produzidos (ibidem:14).

Portanto, a «ruptura da normalidade» e o «encanto pelo imprevisível», constituem as características fundamentais do mundo jornalístico (Traquina, 2007: 203-204). São estes traços peculiares que, nos media radiofónicos, ajudam a captar a atenção dos ouvintes. Basta que, como explica J. P. Meneses, a primeira *manchete* seja forte: interessante, motivadora e insólita para «agarrar o ouvinte (...). Depois, é só acrescentar outras informações para que o ouvinte não se desinteresse e não seja interrompido na escuta» (2003: 50). Em boa verdade, esta é a tradicional estratégia da pirâmide invertida que, segundo Meneses, suporta mais dados em menos tempo, o que permite à rádio concorrer com a Internet na rapidez noticiosa, sobretudo pelas qualidades específicas da rádio, nesta matéria: respeitar a urgência do relato oral (Cf. Ibidem: 49), embora a estratégia da pirâmide invertida, na rádio, se assemelhe à dos demais órgãos de informação, na opinião de B. Grundy: «obter as notícias no início da notícia» (2008:77) para fidelizar o ouvinte, obviamente, porque «sem público não há estação» (Ibidem: 79).

Entretanto, C. Ponte tem uma argumentação adversa. Reconhece que os valores da notícia operam como estrutura de retaguarda social, profunda e escondida que requerem um conhecimento consensual sobre o mundo. Mas critica a «epistemologia do jornalismo» do «faro da notícia» que advoga a ideia de que é tanto mais notícia o que é raro e que tem interesse humano. Assim, à estratégia da pirâmide invertida C. Ponte acrescenta «a dimensão ideológica, os modelos sobre a sociedade e os seus consensos» (2004:134-135).

Por outro lado, são diversos os desafios que se colocam à produção noticiosa, de entre os quais destacamos a desinformação, a manipulação, a auto-censura e o *blackout*.

A Desinformação é um processo de comunicação que consiste em utilizar os media para transmitir informações inteira ou parcialmente erradas com o propósito de iludir ou influenciar a opinião pública. Deste ponto de vista, a desinformação é hostil à coerência social porquanto o exercício do jornalismo exige verdade, ordem, harmonia social, justiça informativa e respeito do código deontológico. Tratando-se de uma informação enganadora, a desinformação pode ter várias conotações e assumir inúmeras variantes, entre as quais a informação falsa, a inverdade, o erro, o exagero, a manipulação e a propaganda. Segundo V. Volkoff, a desinformação assume três parâmetros: visa a opinião pública; emprega meios ilegais e desviantes; e, em geral, propõe-se a alcançar objectivos políticos⁷. Neste sentido, a desinformação é também uma «manipulação da opinião pública para fins políticos com ajuda de uma informação tratada por meios desviantes» (Ibidem). Há aqui uma espécie de desinformação consciente e planificada da opinião pública com a cumplicidade dos media, de acordo com o seu grau de independência ou imparcialidade (Ibidem).

A manipulação é uma acção artificial que visa provocar a reacção da opinião pública, através da publicação de uma informação falsa ou propagandística. Aludimos à informação militar em que há um dilema entre o direito de informar o público e o dever de guardar sigilo sobre operações militares, como garantia do seu sucesso a favor da pátria. Nos regimes totalitários, os media como extensões do poder político, também utilizam diversas estratégias de manipulação da opinião pública, com o objectivo de condicionar o acesso a determinados factos, no âmbito do reforço estratégico de manutenção e fortalecimento do poder político. A estratégia mais conhecida é o boato ou rumor. A.C. Monteiro *et al* sugerem que, como processo de distorção de notícias, o rumor apresenta três etapas: o nivelamento, em que a notícia perde pormenores, sofrendo uma acção redutora até atingir uma forma inalterável, estereotipada; a estimulação, que é o método de exageração e adaptação dos pormenores seleccionados; e a assimilação, um processo em que as pessoas acrescentam pormenores, preconceitos, clichés e paixões às notícias até à sua total deformação (2003: 263-264). Entretanto, L. P. Martins considera que toda a informação obtida pelos jornalistas é passível de ser “manipulada” ou alterada por forma a satisfazer as necessidades dos seus protagonistas, tendo em conta os objectivos da instituição: decidir e supervisionar a informação para que tenha interesse mediático

⁷ Vladimir Volkoff, «Petite histoire de la désinformation», <http://www.scriptoblog.com/index.php/notes-de-lecture/sociologie/901-petite-histoire-de-la-desinformation-vladimir-volkoff>; e <http://www.neotrouve.com/?p=794#c11H8URsTwsX39Fk.99> (Consultado a 12.11.2016).

(2001:163-167). Mas, E. Serrano explica que este exercício não significa que a informação seja falsa. O objectivo é também «captar ao máximo a atenção dos jornalistas»⁸.

«Autocensura» é um vocábulo de origem grega *autos* (si mesmo) e latina *ensor* (magistrado romano, aquele que culpabiliza). A autocensura é uma observação que o agente se auto-aplica de modo preventivo em relação aos seus desígnios, acções ou realizações. Esta atitude pode ter várias motivações, nomeadamente, o pudor, o receio da censura, da retaliação, da privação de uma vantagem, de um acto judiciário por parte do Estado ou de uma instituição da qual dependemos. F. Cascais considera que as causas da auto-censura são múltiplas e têm várias origens: «da pressão política velada à instabilidade de emprego, passando pela ameaça económica de anunciantes ou patrocinadores» (Ibidem:34). Na redacção de notícias, a autocensura manifesta-se quando o jornalista tende a tratar determinados assuntos de maneira complacente em relação aos políticos, aos publicitários ou aos accionistas aos quais pertence a sua empresa. Por esta razão as agências de imprensa preparam e validam o essencial da informação, procurando reduzir a necessidade de autocensura dos jornalistas e limitando a utilização do conteúdo pré-validado, editado e definido. Esta prática é exercida sobretudo na escolha redaccional dos temas a abordar, a maneira de tratá-los e de publicá-los. Neste sentido, a autocensura tem por consequência o desenvolvimento do «politicamente correcto», dando a impressão de que os media abordam os mesmos temas e apresentam as mesmas ideias em detrimento do pluralismo noticioso. Em suma, a autocensura antecipa o que é percebido como uma ameaça (real ou suposta) de censura por uma autoridade ou, de maneira mais alargada, pela opinião pública. A autocensura também está relacionada com o conformismo (Cascais, ibidem).

O *Blackout* é o «silêncio voluntário observado a respeito de uma informação»⁹, isto é, o mutismo empregue para qualificar o silêncio dos media a propósito de um tema da actualidade. Aquando do atentado terrorista no Aeroporto de Bruxelas (Abril, 2016), a polícia belga orientou os jornalistas a não fornecerem informações sobre as operações policiais, a fim de facilitar a captura de potenciais terroristas em fuga. Nalguns casos, os clubes de futebol também decretam *blackout* à comunicação social, limitando-se a organizar *flash-interviews* obrigatórios. É o *blackout* que, noutros casos, surge como uma espécie de represália contra a comunicação social.

⁸ Estrela Serrano, “manipulacao”, <http://rruteribeiro.blogspot.pt> (Consultado a 16.11.2016).

⁹ Dictionnaires des Français LAROUSSE, *Black-out*: <http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/black-out/9708> (Consultado a 3.03.2017).

Foi o que se passou em Dezembro de 2014 aquando das divergências entre membros de direcção do Sporting de Portugal. A direcção do clube decidiu emitir um comunicado, supostamente, «em virtude dos injustificados e repetidos ataques por parte de diversos órgãos de comunicação social»¹⁰.

Entretanto, além da análise dos critérios de noticiabilidade e dos desafios que se colocam ao jornalismo, a compreensão do contexto mediático também sugere um estudo da relação entre a produção noticiosa e as fontes de informação que é a temática que trataremos a seguir.

1.3. As Fontes de Informação e Respectivas Tipologias

A. C. Monteiro define a fonte de informação como «uma entidade que concentra em si o conhecimento de factos susceptíveis de gerarem notícias» (2012:309). Neste caso, a fonte pode ser uma instituição ou pessoa portadora de informação indispensável que pode ser tornada pública. M. Fontcuberta partilha este conceito e define as fontes de informação como conjunto de «pessoas, instituições e organismos (...) que facilitam a informação de que os meios de comunicação necessitam para elaborar notícias» (Ibidem:46). Segundo a autora, a informação proveniente das fontes é de dois tipos: a informação procurada pelo órgão de comunicação por meio dos seus contactos ou aquela recebida pelo órgão por iniciativa de pessoas ou sectores interessados (Ibidem). Fontcuberta também alude à tipologia das fontes segundo H. Borrat: a fonte resistente, relutante a fornecer informações ou que a fornece com restrições e reticências; a fonte aberta, que fornece informações, sem hesitações, quando é contactada; a fonte espontânea que toma a iniciativa de informar os órgãos de comunicação, sendo que nalguns casos ela se mostra ansiosa com envolvimento pessoal e exigências a favor dos seus interesses; e a fonte compulsiva, que informa os media e os obriga a divulgar a notícia (Fontcuberta *apud* Borrat, ibidem:47).

Por outro lado, quando o profissional de comunicação é testemunha directa e pessoal do acontecimento, ele descreve-o em primeira mão. Por ter uma visão mais global que a mediatizada pelas imagens e sons, os seus juízos e anotações podem completar a informação (Fontcuberta, ibidem:47). Contudo, P. Gans alerta que a opinião do repórter deve ser objectiva (n.d:38). Portanto, o repórter tem direito à opinião e ao juízo, mas B. Grundy aconselha-o a confirmar as suas suposições avaliando, observando e questionando os seus juízos (Ibidem:161).

¹⁰ Sporting Clube Portugal, <https://www.facebook.com> (Consultado a 12.9.2016).

Noutros casos, o jornalista descreve o facto em segunda mão com base nas declarações de uma testemunha directa que passa a ser a sua fonte. Gans sugere que, neste caso, a pessoa ideal a ser entrevistada seja a testemunha ocular ou a protagonista do acontecimento (Ibidem:32). Mas a notícia será considerada de terceira mão quando ela se basear na informação de uma fonte também informada por uma testemunha do acontecimento (Fontcuberta, ibidem:47).

Noutra vertente, a delicadeza da relação entre o jornalista e a suas fontes impeliu os órgãos de informação a recorrer à atribuição, isto é, ao modo como os jornalistas revelam a origem das informações. A ideia é conferir mais veracidade à notícia e garantir maior fidelidade aos factos noticiados junto do público receptor. Neste caso, o órgão de comunicação pode socorrer-se da atribuição directa, através da identificação da fonte e da citação da informação fornecida. Porém, no caso da atribuição com reserva, o jornalista pode citar a informação de uma fonte situada num contexto, sem identificá-la explicitamente. A atribuição será considerada “com reserva obrigatória”, se o órgão de informação relatar e assumir as notícias, sem citar a fonte. Há ainda um último caso (reserva *off the record*) em que a notícia não pode ser publicada nem atribuída: a reserva é total. A este propósito, P. D. Maesenner considera a inexactidão como o «pecado capital na informação» (2000:37). Por esta razão, o jornalista deverá dar provas de grande prudência, procurando estar seguro e certo das suas fontes. Se for impossível verificar ao menos duas vezes, a notícia não deve ser publicada (ibidem). Esta é também a orientação de A. Scardino (prémio Pulitzer) que aconselha os jornalistas a «sintonizar duas fontes independentes para confirmar uma história controversa, antes de a publicar (1998:102). Por sua vez, B. Grundy sublinha a importância dos contactos com as fontes de informação, por serem vitais na produção das notícias, embora considere prudente mantê-los a uma «distância profissional», porquanto o «quarto poder» depende da sua independência (Ibidem). Schulte e Dufresne aprofundam esta argumentação e acrescentam que o estreitamento da relação entre jornalistas e fontes de informação transforma o jornalista numa espécie de *rouage du système* e expõe-no ao perigo constante de se sentir obrigado a ajudar a sua fonte, deixando de revelar possíveis abusos por ele cometido.

A distância profissional ajudará o jornalista a reduzir ou a evitar qualquer tipo de cumplicidade com a sua fonte (1999:303-304). R. Santos entende que a relação entre jornalistas e fontes se assemelha a «uma luta» marcada pela mútua gestão das partes e que implica uma “negociabilidade” a favor da construção da notícia. É uma correlação dependente de incentivos

como o poder da fonte, a proximidade sócio-geográfica face ao jornalista e o fornecimento de informação credível (2003:24-25). Santos cita Schlesinger e Tumber que denunciam casos de desigualdade das fontes no acesso aos jornalistas, sendo que os mais favorecidos se situam no interior do aparelho do Estado e do governo (*apud*:38). M. Wolf confirma esta realidade e acrescenta que os detentores do poder político e económico têm acesso facilitado aos jornalistas. Os demais são preteridos ou procurados pelos jornalistas se as suas acções tiverem “efeitos noticiáveis” por serem moral e socialmente negativos (*Ibidem*: 254)¹¹.

De resto, as fontes de informação são essenciais, mesmo quando o jornalista testemunha o evento. Elas trazem uma nova versão dos factos e acrescentam dados e detalhes substanciais e complementares para a construção das narrativas. Desta forma, a informação será mais verídica e credível, em virtude da quantidade, qualidade e diversidade das fontes citadas pelo jornalista. As fontes podem ser partilhadas ou exclusivas. Mas as últimas são mais valorizadas pelos media por trazerem informação privilegiada, difícil de obter (*Fontcuberta, ibidem*: 46).

A classificação e a divisão das fontes de informação apresentam-se de acordo com as seguintes categorias: fontes internas ligadas aos próprios media; fontes profissionais que são os outros órgãos de informação; fontes oficiais, as instituições ligadas às estruturas do estado e do governo; fontes particulares, não oficiais; fontes públicas em que cidadãos testemunham eventos específicos; os sites da internet; e o entretenimento.

As Fontes internas estão ligadas aos próprios media: o repórter que descreve os factos a partir do lugar dos acontecimentos; os arquivos que constituem a base de consulta do órgão de comunicação; e os correspondentes que reportam os factos, a partir das províncias ou do estrangeiro.

As Fontes Profissionais são os outros meios de comunicação social, nomeadamente as agências noticiosas que são uma «espécie de grossistas de informação». Os gabinetes de comunicação, os comunicados e as conferências de imprensa, são fontes profissionais que proporcionam informação partilhada, homogénea e indispensável, embora cada *medium* trate a notícia de acordo com tópicos, ângulos e formas diferentes (*Fontcuberta, ibidem*: 47; *Monteiro et al, ibidem*: 309). É fundamental que os órgãos de comunicação disponham de um excelente

¹¹ Este tratamento desigual é duplamente penoso: além da injustiça no acesso aos media, os «preteridos» passam a ser *manchete* negativa, sobretudo quando protagonizam acontecimentos desviantes, excepcionais, raros e em conflito com a lei ou que constituam desvios e ruptura da norma. Este é o campo de acção para o jornalista católico a favor dos preteridos, como veremos no quarto ponto deste capítulo sobre a dimensão social do jornalismo.

serviço de leitura, de escuta e de visualização de outros media. É um exercício pertinente, sobretudo nos países isolados onde as únicas fontes de informação são os outros órgãos de comunicação (Maeseneer, *ibidem*:37).

As Fontes Oficiais são as institucionais ligadas aos diversos órgãos do Estado e do Governo que promovem conferências de imprensa ou distribuem *press releases* (comunicados de imprensa), cujos resumos informativos dão conta de posições e orientações políticas, fornecendo dados referentes às suas diversas actividades. As declarações, opiniões e posições expressas durante as entrevistas a figuras ou entidades públicas, sobre determinados assuntos, também são consideradas fontes oficiais (Maeseneer: *Ibidem*). Todavia, apesar de serem posições políticas, a informação produzida pelas fontes oficiais não é independente, já que expressa desejos e gostos. Esta informação deve ser confrontada e confirmada com outras fontes. Contactos chave em pontos de partidos, governos, empresas e ministérios são fontes *off the record*, isto é, que prestam informações que não podem ser reveladas, mas que podem contrariar a versão oficial e ajudar a produzir uma informação independente sobre determinados eventos (Monteiro *et al*:*Ibidem*).

As Fontes Particulares são quem fornece as informações obtidas junto de empresas, sindicatos, partidos políticos e demais entidades não oficiais, cujos gabinetes de imprensa produzem e canalizam informação aos órgãos de informação. Obviamente, as fontes particulares deverão avaliar a pertinência das notícias recebidas e a sua proveniência.

A Fonte Pública: do público os media recebem diversas informações sobre incêndios, desastres e demais acontecimentos, a partir de cidadãos anónimos. São indicações preciosas, embora careçam sempre de confirmação. O público auxilia os órgãos de comunicação a actualizar-se continuamente. Daí a necessidade de se aprofundar os laços de amizade e de confiança com as populações (Maeseneer: *ibidem*).

Quanto à Internet: por ser instantânea, imediata, universal, descentralizada, interactiva, expansível, flexível e adaptável, a Internet é uma fonte de informação vasta e diversificada. Ela permite aceder directa e imediatamente a todo o tipo de informações e possibilidades: acesso aos *sites* de diversos *mass media*, arquivos, bibliotecas *online*, centros de documentação, bases de dados; e meios pedagógicos, nomeadamente livros, documentos académicos e informação institucional. Entretanto, a credibilidade e autenticidade deste material devem ser confirmadas junto dos referidos *sites*. Além das suas inúmeras vantagens, a Internet também desafia os seus

utilizadores na distinção dos *sites* fidedignos. No espaço virtual há informação errada e tendenciosa, além de outros desafios relacionados com a credibilidade, a privacidade e a segurança da informação (CPCS, 2002: n°5).

O Entretenimento: a informação, a formação e o lazer são as três funções tradicionais e essenciais dos media. De acordo com R. Santos, a evolução tecnológica nos media televisivos, ao conferir maior ênfase ao movimento, à cor e à música, valorizou o entretenimento (2010:196). Santos sugere que a actividade lúdica é mais pedagógica do que uma acção de formação que exige uma concentração conceptual mais elevada (ibidem). Entre as inúmeras razões da opção pelo lazer, destacamos a maximização da audiência, a redução dos custos de produção, a abertura à iniciativa privada e a *marketização* das empresas mediáticas (Ibidem). Tendo em conta que o objectivo do entretenimento é sobretudo comercial, certos analistas passaram a defender a ideia de neutralidade e imparcialidade dos conteúdos do entretenimento em relação a temas políticos, ou seja, a “apoliticidade” de conteúdos» (Cascais, ibidem: 80). Entretanto, o crescente desinteresse pelas notícias e por temas políticos levou figuras do mundo da política a optarem pela participação nos programas de entretenimento em busca de visibilidade, visando a conquista ou manutenção do eleitorado que se transferiu para o mundo do lazer. Assim, o entretenimento também passou a ser uma fonte de informação sócio-política.

Por outro lado, a complexidade e a delicadeza da relação entre os media, as suas fontes e o público receptor aconselham e recomendam a prudência que impeliu certos órgãos de comunicação a adoptar estratégias de contenção da informação entre as quais o anonimato e o embargo.

O Anonimato é o direito de não revelar a fonte de informação. No Brasil, por exemplo, a Lei de Imprensa determina que «no exercício da liberdade de manifestação do pensamento e de informação, não é permitido o anonimato», embora seja «assegurado e respeitado o sigilo quanto às fontes de informação»¹². A lei proíbe a escrita anónima (uso de pseudónimo desconhecido num texto publicado), mas o jornalista tem direito a manter sigilo sobre a sua fonte de informação no âmbito do exercício profissional. Em Portugal, o Jornal *Público*, no seu livro de estilo, deixa claro que «o jornalista não é um mensageiro» e orienta os seus profissionais a não «receber informações não atribuíveis ou *off the record*». Assim, «o anonimato (...) só existe para

¹² Presidência da República, “Lei nº 5.250, de 9 de Fevereiro de 1967”, http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L5250.htm (Consultado a 16.11.2016).

proteger a integridade e liberdade das fontes, não são formas de incitamento à irresponsabilidade das fontes» (2005:33-34). J. P. Meneses, autor do livro de estilo da TSF, sugere que «uma fonte anónima terá sempre menos credibilidade. Mas, não havendo alternativa, ela acabará por ser um mal menor, esperando que se compense este “risco” com a qualidade da informação a ser publicada, sobretudo se «o assunto tem interesse, os pormenores são relevantes e a fonte credível» (2003:251).

O Embargo de notícias é a orientação de um órgão de comunicação relativa ao tempo em que certas notícias deverão ser difundidas. Por exemplo, a «zona reservada» da Sala de Imprensa da Santa Sé¹³ impõe um rigoroso embargo a determinados discursos, homilias e mensagens do Papa até à sua divulgação na íntegra. O mesmo acontece com o embargo temporário relativo à divulgação de notícias da nomeação de bispos em que as nunciaturas apostólicas orientam as direcções dos órgãos de comunicação eclesiais a um rigoroso sigilo. Neste caso, o embargo significa que qualquer notícia baseada no conteúdo do documento sob sigilo só pode ser divulgada após a hora indicada. Noutros casos, e como explica Cascais, a «informação em bruto» sob embargo pode ser «editorialmente trabalhada», uma vez que a sua publicação deve permanecer embargada (Cascais, *idem*:78). Segundo Cascais, o recurso ao embargo tem sido justificado por várias razões, sendo que as mais frequentes são a privacidade, a protecção de negócios, a segurança nacional ou a ordem pública. Deste ponto de vista, as medidas de restrição temporárias ou permanentes são impostas por razões preventivas. Entretanto, se a informação já difundida tiver provocado prejuízos, aplica-se um embargo *a posteriori*, no âmbito da gestão de danos, cujo objectivo é impedir que a notícia seja lida pelo público (*ibidem*).

Em resumo, as fontes de informação são sempre parciais ou parcelares: fonte identificada, fonte reservada e fonte cuja informação não deve ser divulgada. Por isso, o jornalista deve criticar e verificar as suas fontes e não é obrigado a aceitar as revelações da sua fonte. Ele deve identificar, seleccionar, contactar e criticar as suas fontes de informação quanto à sua credibilidade, autoridade, competência, experiência, localização e acessibilidade. Este esforço tem por objectivo produzir uma informação de qualidade no âmbito do exercício de um jornalismo ao serviço da sociedade.

¹³ Holy See Press Office, “Vatican Information Service”, www.vatican.va/news_services/press (Consultado a 27.6.2016).

1.4. A Dimensão Social do Jornalismo: nos Mass Media e no Contexto Católico

Chegados a este ponto é importante referir que as técnicas, teorias e estratégias ligadas à produção noticiosa estão inseridas no código de conduta dos jornalistas como profissionais ao serviço das pessoas. De facto, o jornalismo tem uma dimensão social, inclusive nos media católicos, no âmbito da sua missão evangelizadora.

Com efeito, o jornalista como formador público tem a missão de consciencializar os cidadãos, através de uma informação verdadeira e coerente com base na ética que orienta os profissionais de comunicação¹⁴. Durante o exercício das suas funções, o jornalista é orientado a agendar temáticas socialmente relevantes e de interesse público (Moraes, 2005:35). Ao investir na produção de programas sócio-educativos, artísticos e culturais, o jornalista participa no fortalecimento da cidadania, para que o público beneficie de uma informação que o torne livre e oriente a sua vida. Desta forma, o jornalismo passa a ser uma «necessidade social (...) que fortalece o poder público» (Beltrão, 2006:14), não apenas um direito dos cidadãos. O povo assim informado e instruído poderá participar efectivamente no debate sócio-político e tomar decisões sobre a sua vida. R. Picard salienta que «estes valores profissionais do jornalismo são parte de todo um contexto de recolha, produção e disseminação de notícias» (2013:89). Mas, tendo em conta que os consumidores de notícias são diferentes e possuem distintas necessidades de informação, é necessário que a produção de conteúdos jornalísticos (noticiosos) se fundamente em valores que proporcionam um triplo benefício a favor do público consumidor: benefícios funcionais que ajudem as pessoas a entender o seu lugar no mundo, fornecendo-lhes informações e conselhos que as ajudem nas suas vidas e actividades; benefícios emocionais que forneçam compaixão, sentido de pertença à comunidade, prazer, segurança, reafirmação e liderança; benefícios de auto-expressão nos quais as audiências se identificam com perspectivas, ideias, vozes, opiniões de uma fonte noticiosa particular (Ibidem: 91).

Na rádio, o jornalista actua como «agente de informação e formação do colectivo» (McLeish, 1999:10). O objectivo da rádio, como dos demais media ao serviço da utilidade pública, é a transformação e a mobilização social. McLeish define várias funções sociais da rádio. Desde logo, o provimento de conteúdos relacionados com o emprego, produtos e serviços que ajudam a desenvolver o mercado, visando incentivar a renda e o consumo. A rádio é também

¹⁴ Cláudia Assis, “A Responsabilidade social do jornalista”, <http://www.magrelacomunicacao.com.br/artigos>, (Consultado a 8.11.2016).

uma espécie de sentinela que vigia e inspecciona o exercício do poder político a favor das populações. Ela promove o debate que ajuda a criar opinião e a expor situações sobre as opções políticas dos cidadãos, desenvolver objectivos comuns, como a cultura artística e intelectual. A rádio é ainda um *medium* que ajuda a difundir ideias que sustentam o enquadramento de novas crenças e valores, promovendo a diversidade e a mudança ou, pelo contrário, ideias que reforçam valores e normas tradicionais pré-existentes. O diálogo e a concertação social promovidos pela rádio ajudam os cidadãos a aprofundar a noção de comunidade, mormente em caso de emergência onde se requeira a mobilização de recursos humanos e materiais (ibidem).

Entretanto, o florescimento dos novos media e a aposta na mercantilização dos conteúdos jornalísticos pelas empresas dos media, passaram a desafiar o papel social do jornalismo. Segundo J. L. Garcia, ao transformar os conteúdos jornalísticos em «consumíveis mediáticos»¹⁵ à procura do lucro, em detrimento da ética, da deontologia e da função social, o jornalismo distanciou-se do contexto social e do compromisso dos profissionais com o valor das notícias. Garcia considera que este afastamento se acentuou e agravou com o crescimento e a expansão das organizações empresariais dos media. O envolvimento comprometedor de jornalistas nestas instituições, levou-os a transformar a autonomia editorial num «conceito definhado», passando a exercer um mero papel de «produtores de conteúdos», comercializáveis. Ao procederem desta forma, os referidos profissionais passaram a produzir informação definida por critérios relacionados com os níveis de audiência e de leitura, em desfavor da mediação profissional, do rigor e da cultura democrática (ibidem). A preferência dos cidadãos pelo entretenimento em detrimento das notícias, o florescimento das redes sociais e a distribuição grátis de jornais, são outros factores que continuaram a questionar a função social do jornalismo. R. Picard salienta que, actualmente, o consumo das notícias é breve e serve unicamente para explorar os grandes acontecimentos. Picard clarifica as razões destas opções: as funções que antes eram ocupadas exclusivamente por organizações noticiosas passaram também a ser exercidas tanto pelas redes sociais, através da Internet, como pela distribuição grátis de jornais (ibidem: 21-26).

Em suma, o papel social do jornalismo deverá prever a abordagem de temas de interesse público com base em critérios éticos que regem o exercício da profissão. Todavia, a função do jornalista também deverá enquadrar novos desafios: a publicação de jornais gratuitos (a exemplo

¹⁵ Clara Vasconcelos *apud* José Luís Garcia (2009), “Função social do jornalismo social em causa”, *Jornal de Notícias*: <http://www.jn.pt/media/interior> (Consultado a 8.11.2016).

dos jornais *Metro* e *Destak*); a expansão dos media sociais; e a competição entre as empresas dos media que investem na comercialização de conteúdos e apostam na publicidade em detrimento das notícias. É também por esta razão que a Igreja define o jornalismo como serviço social integrado na missão evangelizadora da Igreja.

Quanto ao contexto católico, como veremos oportunamente no próximo capítulo, a relação entre a Igreja e os media é inicialmente caracterizada por uma Igreja empenhada no exercício da censura e da repressão contra a imprensa, acusada de incentivar a corrupção moral. A fase da mudança começa com Leão XIII (1882) que desenvolveu a ideia da “boa imprensa”. Bento XV (1914-1922) pediu aos jornalistas que fossem instrumentos de promoção da paz. Pio XI (1922-1939) começou por valorizar o cinema como «precioso instrumento de educação e de elevação da humanidade» (Papa Pio XI, 1936), convidou as pessoas a desenvolverem um espírito crítico na leitura dos jornais e aprofundou a orientação do seu antecessor: o jornalista católico como «intérprete e altifalante da Igreja» não deve semear ódio entre as pessoas. A sua função é contribuir para a conquista da paz e da união entre os povos. Segundo Pio XII, a função do jornalismo é promover a paz, formar a personalidade, promover os valores humanos, entre os quais a verdade, mas também serem «vigilantes do progresso» (Papa Pio XII, 1957).

Após o Concílio Vaticano II, o mundo continuava profundamente marcado por problemas sociais graves como a pobreza, a iliteracia e a violência. Na sua primeira mensagem alusiva ao 1º Dia Mundial das Comunicações Sociais, Paulo VI afirmou que, naquele contexto dramático, o papel dos jornalistas era o de evidenciar os apelos que visavam confortar as pessoas, incentivar os esforços de ajuda mútua e promover as iniciativas de paz (Papa Paulo VI, 1967). Com João Paulo II, a relação com os jornalistas fortaleceu-se profundamente, durante os 26 anos do seu pontificado. O Papa polaco elogia o esforço dos media no enriquecimento cultural das famílias, facilitando a participação dos doentes em eventos religiosos e aproximando «o coração dos homens na simpatia, na compreensão e na fraternidade» (João Paulo II, 1980). Todavia, o pontífice alerta para o perigo que os media representam para a sociedade: ao usurpar o lugar da família na assimilação dos valores existentes; ao exercer uma influência crescente no processo de socialização dos jovens; ao entrarem na vida dos jovens sem a necessária mediação dos pais, como um perigoso concorrente (ibidem). É neste sentido que João Paulo II define o papel social do jornalista. Além da boa vontade, rectidão e senso de responsabilidade, o jornalista deve dispor de uma sólida preparação profissional que o habilita para uma “vocação” que exige energia,

dedicação, integridade e responsabilidade. Por isso, o jornalista é orientado a ser fiel, coerente, compreensivo, sábio, corajoso e atencioso às necessidades dos receptores (ibidem). Na sua visita apostólica a Espanha, João Paulo II enfatizou estes apelos, tendo reafirmado que o jornalismo é um ofício que deve ser exercido como “serviço” e como “missão”, cujo objectivo é formar e informar o homem e a opinião pública com base em «exigências prementes de carácter ético» (Papa João Paulo II, 1982).

Um dos pilares da ética jornalística é a verdade. Ela exige um esforço adequado de conhecimento e de selecção crítica e criteriosa de notícias. Esta triagem deve superar as ideias pessoais, as preferências, os preconceitos e, inclusive, a «impossibilidade objectiva» (ibidem). A esta lista de critérios e exigências aos jornalistas, João Paulo acrescentou o segredo profissional, a fuga do sensacionalismo e a promoção do pluralismo entre as pessoas, grupos e povos (ibidem). E na mensagem que dirigiu aos representantes da imprensa estrangeira na Itália, João Paulo II considerou que o jornalismo como serviço e ao serviço da verdade «contribui para o bem comum, adequando o poder de informar, o livre acesso às fontes de informação e a liberdade de expressão»¹⁶. No seu discurso à Assembleia Plenária do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais, o pontífice relevou outros «critérios de base» do exercício do jornalismo: “primazia da ética sobre a tecnologia e prioridade da pessoa sobre as coisas”. Por sua vez, Bento XVI, é eleito numa época de desenvolvimento das tecnologias de informação e de florescimento das redes sociais. Estes factores que fizeram emergir a sociedade de informação «estruturalmente caótica» e imprevisível (Ilharco, 2014), mormente na vertente moral, sugeriram a redefinição do contexto mediático eclesial. A função social do jornalismo nesta sociedade que passou a impor a lógica da “sociabilidade *online*”, é informar e formar as pessoas sobre os benefícios e malefícios da Internet. O propósito da Igreja é orientar os internautas a fazerem o melhor uso deste *medium*, sobretudo na transmissão dos valores sociais (Papa Bento XVI, 2013).

O Papa Francisco (2014) descreve um ambiente digital onde, a despeito das vantagens que oferece, a informação é também manipulada, enquanto as opiniões diversas podem induzir ao consumo. Contudo, o papa argentino entende que «a rede digital pode ser um lugar rico de humanidade». É uma rede de pessoas cuja conexão virtual deverá desembocar num verdadeiro encontro que ajude a expressar amor e ternura. O papel do jornalista no contexto *newmedial* é

¹⁶ Papa João Paulo II, “Discurso aos Representantes da Imprensa Estrangeira”, https://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/speeches/1982/may/documents/hf_jp-ii_spe_19820522_stamp-internazionale.html (consultado a 16.11.2016).

que a sua comunicação esteja «ao serviço de uma autêntica cultura de encontro», por meio do diálogo que une a família humana, cultivando valores humanos como a solidariedade e a fraternidade para uma vida mais digna (Papa Francisco, 2014). Esta orientação é aprofundada na mensagem de 2016 em que o pontífice jesuíta orienta os jornalistas para serem construtores de pontes entre as pessoas, famílias, grupos sociais e povos. Desta forma o jornalismo ajudará a superar incompreensões, a curar memórias feridas pelo sofrimento e a construir a paz. Em boa verdade, Francisco sugere o exercício de um jornalismo “plenamente humano”, baseado na «misericórdia» (Papa Francisco, 2016: nº 50). De acordo com esta indicação, a função do profissional de comunicação é ajudar a «superar a lógica que separa (...) os pecadores dos justos», corrigir os erros, denunciar as injustiças e libertar as vítimas, sobretudo no ambiente digital onde se favorecem relações, se promove o bem, mas também a divisão entre as pessoas e o «linchamento moral». O Papa Francisco deixa uma mensagem sugestiva aos jornalistas: «Não é a tecnologia que determina a autenticidade da comunicação, mas o coração do homem e a sua capacidade de fazer bom uso dos meios a seu dispor» (Ibidem).

Em suma, do Papa Leão XIII ao Papa Francisco, as orientações dos pontífices aos jornalistas estão inseridas na missão da Igreja: a evangelização. A palavra “Evangelização” é a forma do verbo «Evangelizar» que provém do vocábulo “Evangelho”, palavra de origem grega (εὐαγγελίου) que significa «dar a boa nova». A «Boa Nova» é o modo de ser e de viver de Jesus Cristo traduzido em mensagem e doutrina cristãs. Por conseguinte, evangelizar é o acto de ensinar, divulgar, comunicar o Evangelho ou a mensagem de Cristo. Com efeito, a vida e a prédica de Jesus enquadram acções sociais a favor das pessoas, mormente no que respeita à luta contra as injustiças e à assistência social concreta (Mt 14,13-21; Jo 9, 1-21; Mt 8,1-4). É por esta razão que a Concordata¹⁷ prevê a colaboração da Igreja nos sectores sociais como na educação, saúde, assistência caritativa e na luta pela defesa e promoção dos direitos humanos. Segundo A. C. Moreira, existe evangelização no jornalismo católico quando se fomenta a fraternidade, se luta pela justiça, se promove o bem comum e se busca a mudança social (...). A notícia suscita a análise, a transformação social e a formação da consciência (Moreira,1995:33-34 *apud* Vieira)¹⁸.

¹⁷ A Concordata é a «Convenção entre os chefes de Estado de países católicos e a Santa Sé sobre (...) as relações entre o Estado e Igreja», <http://www.priberam.pt/dlpo/concordata> (Consultado a 21-11-2016).

¹⁸ A.C. Moreira,1995:33-34 *apud* B. T. VIEIRA, *O Conteúdo Religioso em Radiojornais de Emissoras Católicas in Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação* <http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-1012-1.pdf> (Consultado a 19.12.2016).

Por conseguinte, a dimensão social do jornalismo ajuda-nos a aferir a existência de elementos que constam da noção de “evangelização”, mormente da Doutrina Social da Igreja (PCJP, 2004: nº66). As problemáticas que se relacionam com o ser humano, designadamente a justiça, a liberdade, o progresso social, a paz e a relação entre os povos, integram a evangelização porque visam a transformação e a renovação social. São situações que fazem parte da «vida concreta, pessoal e social do ser humano». Há aqui uma relação estreita e profunda de ordem antropológica porquanto, o homem a ser evangelizado é um ser concreto, condicionado pela sua história e por dificuldades de natureza sócio-económica, política e cultural (ibidem). Todavia, o papel da Igreja não é de ordem política, económica e social. Ela não elabora respostas para questões técnicas e não institui, nem propõe sistemas ou modelos de organização social. A missão da Igreja é de ordem religiosa. É desta missão que «decorrem benefícios, luzes e forças» que podem «auxiliar e fortalecer a comunidade humana, segundo a Lei de Deus» (ibidem: nº68). Portanto, o objectivo fundamental da Igreja é, simultaneamente, teológico e antropológico: «Assistir o homem no caminho da salvação» (ibidem). Para a concretização destes intentos, e no âmbito dos seus direitos e deveres, a Igreja propõe-se «exercer o influxo sobre a sociedade e as suas estruturas, mediante as responsabilidades e tarefas que esta doutrina suscita» (ibidem:69). E os media têm a missão de dar visibilidade a todo este processo. Por outras palavras, a função do jornalista católico é auxiliar a Igreja no anúncio do Evangelho, através dos media.

CAPÍTULO II – A IGREJA E A COMUNICAÇÃO RADIOFÓNICA

Os Meios de Comunicação Social (MCS), em rápida evolução, continuam a impor a sua performance: são ubíquos, velozes, diversos, simultâneos e universais. Graças a estas valências, os media passaram a protagonizar inúmeras mudanças sociais: moldam a vida, o pensamento humano, o desenvolvimento social, o progresso científico e, segundo M. Heidegger, os media «reduzem a complexidade do mundo» (1971:1). G. Lipoversky considera que os media também «fixam as causas prioritárias (...), despertam a sensibilidade do público, erigindo forças moralizadoras de indivíduos» (1992:174). F. Ilharco aprofunda estas asserções e sugere que a civilização tecnológica «aumenta a esperança de vida, altera e estende o modo humano de ser no mundo» (2014:30). Vivemos numa «sociedade fundada sobre as possibilidades dos media» (ibidem).

A Igreja, reconhecendo que estas potencialidades também favorecem a produção cultural, a aproximação entre as pessoas e, sobretudo, a expansão do Evangelho, assumiu os media como «dons de Deus» (Pio XI, 1936 & Pio XII, 1957), enquadrando-os na sua acção missionária.

Porém, a concretização da proposta de uma pastoral da comunicação é um processo que passou por diversas fases de maturação que enquadraram “dores de crescimento”. Com efeito, a história da relação entre a Igreja e os media, no contexto da evangelização, pode ser dividida em quatro fases¹⁹, segundo J. Puntel (2005:129-130) e J. M. Melo (2005:152-153): a fase da censura, a fase da aceitação cautelosa, a fase da mudança radical e a fase da avaliação crítica. Com base nesta classificação, que subscrevemos, abordaremos aspectos que achamos essenciais e desafiantes neste estudo sobre a evangelização através dos media, mormente da rádio católica.

2.1. A Evangelização Através dos Media

Estamos no século XVI, época de florescimento da produção livresca, graças à inovação protagonizada por J. Gutenberg (1398-1468). Nesta fase, a relação entre a Igreja e a imprensa é caracterizada por uma Igreja empenhada no exercício da censura e da repressão. É um período extenso, tenso e intenso, projectado através da inquisição. Nesta fase – desde o Papa Inocêncio VIII (1484-1492), até ao século XIX – a Igreja Católica afirma-se como intermediária entre a produção cultural e a sua difusão na sociedade. Todavia, os pontífices deste período, marcados

¹⁹ Sugerimos uma quinta fase, a da evangelização da cultura *new medial*, como veremos mais adiante.

pela mentalidade autoritária e totalitária, resultante das preocupações atinentes à defesa da ortodoxia da Igreja, assumiram uma atitude de autodefesa, por via da proibição radical de uma literatura supostamente herética, acusando a imprensa de sedimentar a corrupção moral e de perturbar a fé cristã. Os papas Inocêncio VIII (1432-1492), Clemente XIII (1693-1769), Paulo IV (1476-1559), Gregório XVI (1831-1846) e Pio X (1835-1914) apadrinharam e fomentaram este diferendo (Puntel, 2010: 23-27).

Com o Papa Leão XIII (1878-1903) regista-se uma abertura ao diálogo com a imprensa. É a fase de aceitação cautelosa. Este pontífice organizou a primeira audiência de um papa com os jornalistas e apresentou a ideia de utilizar os jornais como «campos de batalha» no qual se oporiam as publicações, isto é, nos mesmos jornais usados para «difundir o mal», a Igreja publicaria a mensagem cristã com o fito de combater tendências maléficas de certos jornalistas (Puntel *apud* Spoletini, 2010: 26). Porém, a necessidade de introdução da comunicação na acção pastoral e evangelizadora da Igreja foi uma ideia de Pio XI. Esta proposta foi transmitida durante um encontro com os jornalistas no dia 29 de Junho de 1929, segundo N. B. Martins (2000:41). Pio XII consolidou a ideia de promoção da evangelização através dos media. Na encíclica *Miranda Prorsus*, o papa sublinha os valores positivos da pastoral da comunicação entre as quais o direito de dizer a verdade. Pio XII aprofunda a definição dos media como «dons de Deus» (1957: n°1) e apresenta uma doutrina cristã sobre a comunicação: «Deus comunica-se na fé e no amor derramado em nossos corações pelo Espírito Santo (Rm 5,5)» (Ibidem: n°22-26). Esta fundamentação bíblico-teológica ajudou a avaliar, clarificar e a consolidar as razões da adesão da Igreja aos media no anúncio do Evangelho. O Papa João XXIII acolheu as orientações do seu antecessor e incumbiu aos bispos a responsabilidade da «classificação moral dos filmes e das transmissões radiofónicas e televisivas de carácter religioso e de instrução dos fiéis»²⁰.

O reconhecimento das potencialidades dos media, pelos papas Pio XII e João XXIII, ajudou a Igreja a preparar a terceira fase de abertura e mudança radical aos media. A partir desta época, a Igreja passou a aceitar os MCS como meios de evangelização, considerando que a reprodução electrónica ampliava a difusão e a expansão da mensagem cristã. Esta fase corresponde à realização do Concílio Vaticano II até 1985 em que a Igreja publica documentos importantes sobre os media. O primeiro decreto oficial da Igreja Católica sobre a comunicação

²⁰ Papa João XXIII, “Carta Apostólica sob forma de Motu Próprio *BONI PASTORES*”, <http://w2.vatican.va/content/john-xxiii/pt> (consultado a 13.11.2016).

social é o *Inter Mirifica* (IM). De acordo com este documento, a Igreja foi instituída por Jesus Cristo para fazer chegar o Evangelho a todos os seres humanos. O anúncio desta mensagem foi confiado à Igreja com recurso a todos os meios a seu dispor entre os quais os MCS que são úteis à educação cristã (IM, 1998: nº3). O decreto recomenda os fiéis a utilizarem estes instrumentos com eficácia «nas múltiplas formas de apostolado» (Ibidem: nº 13).

A importância da temática da evangelização através dos media foi reconhecida e abordada por outros documentos do Concílio Vaticano II. O decreto sobre a actividade missionária da Igreja, *Ad Gentes Divinitus* (ADD), afirma que, pela sua fé, os leigos, na sua actividade civil e apostólica são orientados a fazer uso dos MCS da prática da catequese e da liturgia (ADD, 1998: nº19). Neste documento, os institutos religiosos são aconselhados a difundir notícias sobre a actividade missionária da Igreja e sobre as necessidades das populações, através dos MCS (ibidem: nº36). O decreto sobre o múnus pastoral dos bispos da Igreja, *Christus Dominus*, referindo-se à doutrina cristã na actualidade, incentiva os cristãos a utilizarem os MCS no anúncio do Evangelho e da doutrina cristã, através da catequese e da pregação, fazendo chegar a Mensagem às escolas e universidades (CD, 1998: nº13). A declaração sobre a educação cristã, *Gravissimum Educationis*, afirma que a Igreja, na sua função educadora, deverá fazer apelo a todos os recursos pedagógicos de grande impacto, inclusive aos MCS no anúncio e expansão do Evangelho (GE, 1998: nº13). Baseando-se nos documentos conciliares sobre o ecumenismo, *Unitatis Redintegratio*, e sobre as religiões não cristãs, *Nostra Aetate*, o Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais (CPCS) publicou os *critérios de colaboração ecuménica e inter-religiosa no campo das comunicações sociais*. O objectivo desta iniciativa é a produção conjunta de programas evangelizadores dirigidos às famílias (ASS, 1989: nº 96-100).

Em 1971, o CPCS publicou a instrução pastoral *Communio et Progressio* (CP) sob recomendação do Concílio Vaticano II (IM, nº 19), sendo que um dos objectivos deste documento é justificar e expor as bases mais consistentes de uma abordagem bíblico-teológica da comunicação. A interacção entre os membros da Família Trinitária (Pai, Filho e Espírito Santo) que se exteriorizou nas acções ou “missões divinas” (criação, redenção e santificação) é exemplo de comunhão e de comunicação para a humanidade redimida por Jesus que é a expressão humana de Deus invisível. À Igreja foi atribuído o mandato de continuar a propagação do Evangelho pelas nações, servindo-se de vários meios, entre os quais, os MCS.

Segundo a CP, o objectivo primordial da comunicação social é a comunhão entre as pessoas e o progresso das nações (nº1). Às igrejas locais (dioceses) é reservada a missão de assegurar o serviço pastoral aos profissionais de comunicação, ajudando-os na difusão das informações eclesiais, na reflexão teológica sobre a comunicação por via dos programas de educação para os media. A CP recorda o mandato de Cristo de anunciar o Evangelho às nações (Mt 28,19), através dos MCS, cujas vantagens permitem expandir a mensagem cristã a mais pessoas e seguir as cerimónias religiosas à distância (nº 126).

Considerada a “Carta Magna da Igreja sobre a comunicação”, a CP foi acolhida por diversos sectores da vida eclesial. A exortação apostólica sobre a evangelização do mundo contemporâneo, *Evangelii Nuntiandi*, sugere que o primeiro anúncio, a catequese, e o aprofundamento da fé, devem servir-se dos MCS que ajudam a Igreja a fazer chegar o Evangelho a milhões de pessoas (Papa Paulo VI, 1973: nº 45). Neste documento, Paulo VI incluiu uma frase inúmeras vezes enfatizada nos media católicos: «A Igreja sentir-se-ia culpável diante do Senhor, se não lançasse mãos destes meios potentes que a inteligência humana torna cada vez mais aperfeiçoados» (ibidem). A exortação apostólica sobre a catequese, *Catechesi tradendae*, também orienta a utilização dos *mass media* na pastoral catequética (Papa João Paulo II, 1979). A encíclica *Redemptoris Missio*, sobre a validade permanente do mandato missionário, considera os media como «primeiro areópago dos tempos modernos que unem a humanidade, transformando-a na “aldeia global”» (Papa João Paulo II, 1990). Os MCS são considerados como principais instrumentos de informação e formação, de guia e inspiração dos comportamentos individuais, familiares e sociais (ibidem).

Desde a publicação da CP (1971) até 1992, a história registou a passagem da era analógica para a digital, a era da Internet, fazendo emergir os novos media e as redes sociais. O CPCS publicou a *Aetatis Novae (AN)*, segunda instrução pastoral para as comunicações sociais da Igreja, dirigida especificamente à Igreja e aos profissionais ligados aos media eclesiais. O documento sublinha que «as comunicações que se realizam na Igreja e para a Igreja consistem principalmente no anúncio do Evangelho como Palavra libertadora dirigida aos homens perante conflitos e divisões (...) em solidariedade com todos os crentes, ao serviço da comunhão entre povos, nações e culturas» (1992: nº9). A AN insiste na urgência de um plano pastoral (entenda-se, plano de evangelização) para as comunicações sociais nas dioceses com o objectivo de criar estruturas consistentes, visando consolidar a pastoral da comunicação (ibidem: nº23-30).

Como podemos deprender, após a publicação da CP, a Igreja acolheu, com satisfação, os MCS como instrumentos de expansão do Evangelho. Todavia, outros sectores da Igreja, entendem que os media são meios de evangelização, mas também meios a evangelizar. Nesta quarta fase da evangelização através dos media, a preocupação da Igreja no âmbito da visão moral cristã da comunicação, é responder aos problemas ético-morais protagonizados pelo uso indevido dos media. A exortação apostólica sobre a missão da família no mundo actual, *Familiaris consortio*, recomenda uma educação oportuna aos media através de uma avaliação crítica dos programas mediáticos dirigidos à família (Papa João Paulo II, 1981). A Congregação para a Educação Católica, preocupada com a formação dos futuros sacerdotes, publicou as *Orientações para a Formação dos Futuros Sacerdotes sobre os Meios de Comunicação Social*. O documento também recomenda um uso crítico dos MCS dada a sua responsabilidade de preparar futuros sacerdotes para a delicada missão do anúncio do Evangelho (CEC, 1986: nº 68). A *Christifideles laici*, exortação apostólica pós-sinodal sobre a missão dos leigos na Igreja e no mundo, refere, por sua vez que, «o caminho que hoje se privilegia para a criação e a transmissão da cultura, é o dos meios de comunicação social» através dos quais, os leigos devem anunciar o Evangelho «para uma acção educativa em ordem ao sentido crítico, animado da paixão pela verdade» (Papa João Paulo II, 1988: nº44). Esta é também a orientação dos bispos africanos expressa na exortação apostólica *Ecclesia in Africa*. Os prelados reconhecem e apresentam os *mass media* como “veículos de evangelização” para a construção do Reino e a salvação do mundo. Todavia, deploram o que cognominam de “intromissão” dos media na sociedade e na família e consideram os media, simultaneamente, como «instrumentos de evangelização e meios de difusão de uma nova cultura que precisa de ser evangelizada» (EA, 1995: nº 122-126). Na Exortação Apostólica Pós-sinodal, *Vita Consecrata*, os media são encarados como «areópagos da missão», mas também como ameaça à vida consagrada ao «propor e impor uma mentalidade e um modelo de vida em constante contraste com o Evangelho». O documento apela os religiosos a fazerem um uso justo, equilibrado, moderado e crítico dos media (Papa João Paulo II, 1981: nº99). Por sua vez, o CPCS publicou o documento sobre *Pornografia e Violência nos Meios de Comunicação Social* no qual expõe três recomendações: aos governos, o autocontrolo e a auto-regulação dos MCS; aos pais, maior dedicação na educação dos filhos, através de programas de educação sobre o uso dos media; e à Igreja, cuja missão é providenciar o ensino das “verdades morais” relativas ao respeito pela moralidade sexual (CPCS, 1992: nº 14,23-24,28-29).

Portanto, os documentos supracitados reconhecem as potencialidades dos *mass media* na expansão da doutrina cristã, mas criticam-nos por protagonizarem uma cultura que também precisa de ser evangelizada. Aludimos concretamente à capacidade persuasiva dos media no “apadrinhamento” da publicidade danosa, de políticas injustas da participação na decadência moral da sociedade.

Para responder a estas críticas, o CPCS publicou dois documentos: *Ética na Publicidade e Ética nas Comunicações Sociais*, ambos em 1997. O primeiro documento apresenta um contraste do sector publicitário em várias vertentes, entre as quais destacamos: a) na economia, a publicidade empregue como instrumento para valorizar a concorrência honesta e eticamente responsável, acelera o crescimento económico, mas a publicidade pressiona e estimula os indivíduos a decidirem-se com base em motivações irreais (“fidelidade a um rótulo”, moda, *sex appeal*, etc.); b) na política, a publicidade enquanto assegura a participação do cidadão nas opções políticas, garante aos governados a possibilidade de escolher os seus dirigentes; mas os prejuízos verificam-se quando a propaganda política procura deturpar as ideias e o passado dos adversários, desacreditando injustamente a sua reputação; c) no âmbito religioso, a publicidade tem vantagens na comunicação da mensagem da fé, da tolerância, da caridade e até como estratégia pastoral de conjunto; mas a publicidade recorre a imagens, personagens ou temas religiosos para vender determinados produtos. Trata-se de uma prática que, de acordo com *Ética na Publicidade*, é perniciosa e injuriosa com o propósito de explorar e desrespeitar a religião (CPCS, 1997: nº 5, 6, 10, 11, 13).

O Documento *Ética nas Comunicações Sociais* destaca inúmeras vantagens proporcionadas pelos media, a favor dos cristãos: ajudam a transmitir informações acerca de eventos, ideias e personalidades religiosas; servem de veículos para a evangelização e a catequese (Ibidem: 7-12). Porém, o documento faz uma série de denúncias contra os MCS quando utilizados para perturbar a comunidade e prejudicar o bem integral das pessoas: para sustentar sistemas económicos que promovem a avareza, na luta pelo desenvolvimento; para a demagogia e o engano em benefício de políticas injustas de regimes opressivos, criando tensões, suspeitas e conflitos; para a apresentação de programas de corrupção e desumanização (por exemplo, exploradores da sexualidade, violência sádica e pornografia); para distrair as pessoas, fazendo-as perder tempo com programas banais e desprezíveis, em detrimento da promoção do conhecimento (CPCS, 1992: nºs 7-12 e 15-17).

2.2. A Evangelização do Contexto *Newmedial*

Estes constrangimentos éticos ligados à evangelização dos *mass media* são extensivos aos novos media, no âmbito da «Nova Evangelização» que contempla e enquadra a evangelização da cultura *newmediática*. Com efeito, do ponto de vista da evangelização, R. Fisichella distingue três situações distintas: a missão *ad gentes* (às nações) onde os missionários continuam empenhados no anúncio do Evangelho; a situação das «comunidades cristãs que já possuem sólidas e adequadas estruturas eclesiais (...), fermentos de fé e de vida»; e a «situação intermediária, especialmente nos países da antiga tradição cristã (...), onde grupos inteiros de baptizados perderam o sentido da fé, já não se reconhecendo como membros da Igreja e conduzindo uma vida distante de Cristo e do seu Evangelho. Neste caso, torna-se necessário uma “nova evangelização”» (2012: 26 e 30). Grande parte destes fiéis passaram a ser “inquilinos” das redes sociais que o Papa Bento XVI considera «portais de verdade e de fé, novos espaços de evangelização» (Papa Bento XVI, 2013). Para responder aos apelos atinentes à evangelização do espaço *newmedial*, o CPCS publicou dois documentos dedicados à Internet, em 2002: *Igreja e Internet e Ética na Internet*.

Como acima referido, a Internet traz imensas vantagens para a sociedade e para a Igreja. Do ponto de vista eclesial, a Internet é um utensílio valioso para a evangelização: na catequese; na educação cristã, na produção e programação noticiosas, no acesso aos documentos do Magistério, na acção missionária; na pastoral vocacional e bíblica; no governo pastoral e mesmo na gestão de serviços ligados à Igreja (CPCS, 2002: nº5). Contudo, no que respeita à evangelização, o primeiro desafio associado à utilização da Internet é a distinção dos *sites* fidedignos com doutrina sólida ou com reconhecimento católico. Há também sites que publicam «interpretações doutrinárias excêntricas» (ibidem: nº8), argumentações exegéticas desviantes com tendências ideológicas e relativistas que se dizem católicas. O documento *Igreja e Internet* denuncia cristãos que, não assumindo o bloco doutrinário católico na sua íntegra, usam critérios selectivos de adesão à doutrina da Igreja e à verdade da fé (ibidem). É «o fenómeno das crenças fragmentárias que pode ser favorecido pela Internet» (Rodrigues, 2015:48). Outro desafio atinente à expressão da fé, no ambiente digital, prende-se com a «virtualização» (ibidem), ou seja, a tendência para a substituição da participação na missa e noutras experiências religiosas que requerem uma interacção entre as pessoas na prática da fé (CPCS: nº 9). *Igreja e Internet* denuncia ainda outros desafios: o «imperialismo cultural», a postura de culturas dominantes que

impõem sua visão, valores e linguagem sobre as outras culturas em detrimento do diálogo cultural; e a «divisão digital» ou «info-exclusão», isto é, o desigual acesso à informação digital por razões económicas ou de iliteracia, sobretudo nos países subdesenvolvidos (Ibidem).

Chegados a este ponto, questionamo-nos sobre quais são as orientações da Igreja para um uso equilibrado e mais proveitoso da Internet na missão evangelizadora do ciberespaço. A Igreja apresenta algumas directrizes para o uso cristão destes novos instrumentos de comunicação, tendo em conta a sua responsabilidade social. É importante recordar que a Internet é um *medium*, mas é também um espaço onde pessoas interagem, configurando um novo ambiente de vida, uma nova maneira de ser, de pensar, de estar e de agir. Por isso, o espaço digital é também um “campo de evangelização” onde os cristãos são convidados e orientados a exercer a sua missão. A Igreja não impõe a censura. Ela propõe uma «orientação fidedigna» assente em cinco virtudes que, segundo o documento *Igreja e Internet*, são úteis aos usuários do espaço cibernético: a *Prudência* no uso e no usufruto criativo das oportunidades da Internet; a *Justiça* que denuncia a “divisão digital”; a *Fortaleza* e a *Coragem* necessárias na defesa da verdade perante o relativismo religioso e moral, o altruísmo e a generosidade diante do consumismo, a decência ante a sensualidade; enfim, a *Temperança* no uso sábio da Internet para o bem (CPCS, 2002: n° 11-12). O Papa Bento XVI convida os cristãos a imprimirem a sua presença no mundo digital com um perfil especificamente cristão no modo de comunicar, de fazer escolhas, de seleccionar preferências e de emitir juízos coerentes com o Evangelho (Papa Bento XVI, 2015). E o «estilo cristão» de estar na Internet, segundo o pontífice, deveria ser concretizado com uma presença diferente: com a verdade que não se afere dos critérios de popularidade; com a comunicação do Evangelho de maneira integral e permanente, não parcial e provisória ou experimental; com a adesão ao Evangelho que exige resposta livre, pensada e ponderada; com as amizades virtuais que devem ser concretizadas em encontros reais e presenciais para a transmissão da fé. Bento XVI deixa claro que o diálogo virtual cristão tem mais sentido quando se fortalece com o contacto pessoal, posterior. A mediação virtual, sendo insuficiente, deve ser complementada com a presença real na Igreja onde acontece a comunicação interactiva «como método e como conteúdo» (ibidem). É nesta comunidade eclesial que os laços fraternais entre pessoas e famílias são efectivos e têm prioridade (ibidem).

Portanto, a evangelização da cultura *newmedial* pressupõe o enraizamento do Evangelho nesta cultura para transformá-la e recriá-la pela fé. Há aqui um encontro de duas culturas: a

digital e a cristã, sendo que no diálogo entre as duas, a cultura cristã apresenta-se e assume-se como princípio inspirador que brota do Evangelho.

Concluamos este ponto sublinhando que a evangelização através dos media é um processo inicialmente marcado pela rejeição da imprensa. Esta primeira fase terminou com a abertura ao diálogo com os jornalistas. Na sequência, Pio XI sugeriu o enquadramento dos media na acção evangelizadora da Igreja, uma proposta levada adiante por Pio XII e João XXIII que prepararam a aceitação formal dos media pelo Concílio Vaticano II, com a publicação dos primeiros documentos oficiais sobre a comunicação e respectiva fundamentação bíblico-teológica. A partir de 1985, a Igreja passou à fase da aceitação crítica dos media e propôs uma produção informativa baseada em critérios éticos, extensivos aos novos media no âmbito da evangelização da cultura promovida pelo ambiente digital.

2.3. Definição dos Critérios Éticos de Produção Noticiosa nos Media Católicos

As duas instruções pastorais da Igreja para as comunicações (*Communio et Progressio* e *Aetatis Novae*) definem os mesmos critérios de produção noticiosa para todos os órgãos de comunicação social, sem distinção. O Papa Francisco, por sua vez, orienta os media a não comunicarem apenas as «más notícias».

Antes de mais, a CP estabelece um conjunto de acções de todos os media sem nenhuma distinção entre eles: reconhece a importância dos MCS como factores de proximidade e de comunhão que permitem seguir a vida do mundo, viabilizando a divulgação do ensino, mormente na luta contra a iliteracia e na educação primária e complementar. De acordo com a CP, os media contribuem para a promoção da liberdade humana, sobretudo nos países subdesenvolvidos. Ajudam a estabelecer ou a preservar a igualdade entre as pessoas, no usufruto dos mesmos direitos culturais e recreativos, além de enriquecer o espírito humano, através do contacto com o texto, o som e a imagem que ajudam a reviver o passado e a projectar o futuro (nº 20).

Trata-se de «virtualidades» que visam a promoção do progresso humano, mas que implicam desafios éticos, nomeadamente: a assimilação e a avaliação crítica do contínuo, rápido e desordenado fluxo de notícias; a preservação da neutralidade na produção noticiosa; a distinção entre informações verdadeiras e falsas; a orientação das pessoas em relação à livre concorrência que pode estimular “tendências menos nobres da natureza humana”; a concentração dos MCS

como obstáculo ao diálogo e ao contacto inter-pessoal, mormente da televisão; e o contínuo apelo à emoção que pode desequilibrar a razão (nº 21).

Portanto, as dificuldades supra-citadas denunciam a existência de sinais de debilidades na produção informativa e que contribuem para a “decadência moral da sociedade”, sendo que os próprios media podem dar o seu contributo através de critérios éticos de produção noticiosa com vista à formação da opinião pública, à promoção da liberdade de expressão e do direito à informação.

A CP define a opinião pública como a livre expressão de ideias, sentimentos e emoções na partilha de costumes e mentalidades e nos limites da moralidade (nº 29). A responsabilidade dos comunicadores, neste processo, é divulgar o livre confronto de opiniões mais importantes e válidas que «lançarão as bases para uma acção comum». Durante a produção noticiosa, os jornalistas deverão assumir um papel preponderante e influenciador na recolha, edição e difusão de opiniões para posterior confronto com um juízo crítico e livre (nº 27). O propósito da CP é que os media ajudem a promover a «recta formação da opinião pública», o respeito pela dignidade humana, o serviço da verdade e o contributo para o Bem Comum (nº 29). É uma indicação que ajuda a evitar a «propaganda» que a CP define como conjunto de «métodos de persuasão (...) que deturpam a realidade, difundem preconceitos (...), espelham meias verdades, instrumentalizam a informação ou omitem elementos importantes» (nº 30).

Entretanto, uma boa formação da opinião pública implica o acesso às fontes de informação e ao respeito da liberdade de expressão. Assim, «a liberdade de opinião e o direito à informação implicam-se mutuamente» (nº 33). No que respeita às fontes de informação, a CP recorda que a sociedade necessita de uma «informação completa, honesta e precisa» para que os cidadãos possam estar actualizados, adaptar-se aos novos contextos e tomar decisões oportunas, visando a sua participação na vida sócio-política, económica, cultural e religiosa. É verdade que o direito de ser informado implica o dever de se informar, mas é necessário que o cidadão disponha de meios de informação e de uma diversidade de fontes de informação. O documento sugere que a organização da própria sociedade implica o acesso ao conhecimento da realidade e de cidadãos bem informados (nºs 34 e 35). Todavia, a produção noticiosa comporta inúmeras implicações por ser «difícil captar integralmente a verdade e ser fiel à sua exposição». A CP enfatiza inúmeros desafios associados à produção noticiosa, entre os quais destacamos: a divulgação imediata das notícias relevantes no presente; o “juízo” e selecção de notícias

mais relevantes para o público, o que pode resultar na divulgação de acontecimentos menos importantes e parciais; a rapidez na divulgação da notícia devido a factores como “a necessidade do inédito” que interessa o público e a concorrência com outros media (nºs 37 e 39). A estes desafios atinentes à natureza da informação e aos próprios media, a CP acresce a tentação do sensacionalismo que consiste em conferir um realce exagerado a certas notícias, fora do seu contexto (nº40).

Os desafios supracitados podem enviesar a fidelidade das narrativas, deturpar a verdade informativa e ignorar as preferências, o interesse e a cultura do público. Para responder a estes desafios, a CP elenca, define e propõe uma série de critérios éticos de produção noticiosa. Desde logo, uma edição de notícias rápidas, íntegras e compreensíveis com recurso aos comentadores para esclarecê-las e valorizá-las, tendo cuidado com a fidelidade da narração. Durante o processo de produção informativa, o jornalista não deverá ceder ao sensacionalismo resultante de quaisquer pressões (do público ou de entidades), tendo sempre em conta os gostos, a cultura do público e a fidelidade à verdade. Apesar de se compreenderem as condições de trabalho dos jornalistas a quem não se deve exigir perfeição para além das suas possibilidades e capacidades humanas, o editor de notícias deverá reconhecer os seus erros, rectificando as notícias erradas, falsas, alteradas ou omissas. Por isso, a edição noticiosa deverá prever a exactidão e a diversificação das fontes de informação para um juízo crítico mais adequado. Para mais, o direito à informação deve ser limitado quando outros direitos se lhe opuserem. Aludimos concretamente ao direito à verdade que protege o bom nome do indivíduo e da sociedade, ao direito à protecção da vida privada, ao direito ao segredo profissional ou do bem comum. Que os jornalistas dediquem um tratamento especial às notícias relacionadas com actos de crueldade e de violência contra a vida humana, cujo relato deverá inspirar reprovação e não alimentar psicose ou hábito normal do uso da violência como meio de dirimir contendas (nºs 38-39).

Na selecção das temáticas a difundir, o editor de notícias deverá prever as exigências do público que procurará identificar e conhecer, de acordo com as suas diversas categorias sociais, correntes de opinião, cultura e civilização (nº 74). O papel do jornalista é narrar a verdade dos factos, comentar os mais relevantes e clarificar a relação entre eles. Desta forma, o jornalista ajudará o público a «julgar os acontecimentos», orientando a sua vida segundo a percurso da sociedade (nº 75).

Noutra vertente, o grande alcance e a capacidade de influência dos media, no que respeita ao estímulo para o progresso social, implica responsabilidades acrescidas da parte do editor de notícias. Por conseguinte, é necessário que ele respeite o público, obedecendo aos valores da imparcialidade e da justiça informativa (nº 76). Tendo em conta que «a honestidade é a alma desta profissão» (nº 78), a CP incentiva os comunicadores a promover uma «sã auto-crítica» nos media, com um triplo propósito: prevenir-se dos «ataques do exterior»; reconhecer as debilidades atinentes à profissão; e cultivar os sentimentos de justiça e de amor pela verdade informativa, reconhecendo que as avaliações críticas (externas) às emissões prestam um valioso contributo à educação humana e cristã e ao discernimento salutar do seu uso, particularmente nas famílias (nº 112). Os jornalistas católicos são orientados a desempenhar o seu ofício com proficiência, dando o seu ponto de vista cristão sobre assuntos de interesse social, destacando os acontecimentos da actualidade religiosa com repercussão sobre o público e sublinhando o aspecto religioso dos factos noticiados (nº 103).

Por sua vez, a *Aetatis Novae* (AN) orienta os media católicos a fazerem-se presentes junto de indivíduos, grupos e populações que as agendas dos *mass media* ignoram ou silenciam. A produção de notícias relacionadas com a situação dos mais desfavorecidos é uma exigência enquadrada na dinâmica evangelizadora da Igreja que consiste em dar voz e vez àqueles que não a têm (nº 4). A AN considera inaceitável que se faça depender a liberdade e o direito de informar da riqueza material, da educação ou das estratégias do poder político. Por isso, assevera:

Onde o domínio dos meios de comunicação por elites seja favorecido por estruturas políticas e jurídicas, a Igreja deve insistir no respeito pelo próprio direito de comunicar, de modo especial no (...) direito de acesso aos mass media, procurando outros modelos de comunicação para os seus membros e para toda a população. O direito à comunicação faz parte, aliás, do direito à liberdade religiosa, e não deveria ser limitado à liberdade de culto (nº15).

Segundo a AN, os media apoiam o agravamento dos obstáculos individuais e sociais. O secularismo, o consumismo, o materialismo, a desumanização e o desinteresse pela condição dos pobres e desprotegidos, inviabilizam a prática da solidariedade e o desenvolvimento integral da pessoa humana. É necessário, por isso, que a Igreja detenha, desenvolva e favoreça os seus próprios instrumentos e programas de comunicação católicos incumbidos de efectivar a missão da Igreja. Desta forma, a produção noticiosa deverá prever «o sentido crítico animado pela paixão da verdade (...), a defesa da liberdade (...) e a elevação da cultura dos povos, sem monopolizações nem manipulações» (nº 13). O número 14 da AN orienta os media a contribuir

para a garantia do direito à informação, à promoção da justiça e à assistência aos indivíduos, aos grupos e povos em busca da verdade. A AN entende que os MCS exercem estas funções através da promoção de espaço para a troca de ideias e de informação entre todas as classes e sectores da sociedade, oferecendo a todos a oportunidade de serem ouvidos. Nas sociedades onde o direito à informação e a liberdade de expressão dependam da riqueza material, da educação ou do poder político, os media são orientados a proporcionar aos pobres o acesso à informação de que necessitam para o seu desenvolvimento individual e social. Este esforço inclui a procura de modelos alternativos de comunicação para toda a população, no âmbito do direito à comunicação, à liberdade religiosa e de culto (nº 15).

E o Papa Francisco exorta os jornalistas a apostarem numa «comunicação construtiva» que ensine a encarar a realidade com confiança. O propósito do pontífice é erradicar o costume de se difundir apenas as “más notícias”, designadamente guerras, terrorismo, escândalos e demais fatalidades que cultivam o medo e a angústia. Não se trata de promover a desinformação tendente a ignorar o sofrimento, nem de optar por um optimismo que ignora o mal. É um apelo aos fomentadores de um sistema de comunicação defensor da lógica de que «a notícia boa não desperta atenção (...), não é boa notícia». O contributo de Francisco consiste na busca de um estilo de comunicação que não promova o «papel do protagonista do mal (...), mas evidencie possíveis soluções, inspirando uma abordagem propositiva e responsável nas pessoas a quem se comunica a notícia» (Papa Francisco, 2017).

Estes são os critérios éticos de produção noticiosa definidos pela Igreja para os media, entre os quais as rádios católicas.

2.4. A Rádio Católica: Contexto de Surgimento e Papel Evangelizador

Como referido acima, a utilização dos media na expansão do Evangelho é uma proposta do Papa Pio XI que, segundo F. P. Barbeira (2010:27), foi oportunamente aproveitada pelos bispos holandeses para a abertura da primeira rádio católica: a Rádio KRO, *Katholieke Radio Omroep*, em 1930. Nesta época, a Igreja já dispunha do Jornal *l'Osservatore Romano*, fundado a 1 de Junho de 1861, durante o pontificado do Papa Pio IX (1846-1878). De acordo com os dados históricos disponíveis no seu *site* oficial²¹, a Rádio Vaticano é o instrumento de comunicação e de evangelização ao serviço do ministério petrino (entenda-se, do papa). Foi projectada por G.

²¹ <http://pt.radiovaticana.va/quem-somos> (Acesso a 19.12.2016).

Marconi e inaugurada por Pio XI, a 12 de Fevereiro de 1931, emitindo 24 horas ao dia em 45 línguas. Os serviços de informação da Rádio Vaticano são radiodifundidos por outras rádios católicas espalhadas pelo mundo inteiro, sob orientação da Santa Sé (Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais). A linha editorial desta emissora define como tarefa principal a proclamação da Mensagem Cristã, unindo o centro da catolicidade com diversos países do mundo. A materialização destes objectivos aparece expressa na difusão da voz e dos ensinamentos do pontífice, no provimento de informações sobre as actividades da Santa Sé, sobre a vida da Igreja Católica no mundo e sobre as orientações aos fiéis relativamente aos problemas do momento, à luz dos ensinamentos e do Magistério da Igreja. A Linha Editorial da Rádio Vaticano, como emissora principal da Igreja, define inúmeros deveres entre os quais a «colaboração e consultoria a dioceses e a conferências episcopais, no sector da radiodifusão», além da obrigação institucional de reproduzir e distribuir o som de todas as actividades oficiais do papa. A Rádio Vaticano emite nos cinco continentes, segundo duas modalidades: directamente, a partir da cidade do Vaticano; e através das mais de 1000 rádios espalhados por vários países. Para a retransmissão das edições noticiosas e demais programas, O CPCS assinou contratos com inúmeras estações comerciais ou públicas, sendo que a maioria destas rádios é católica. São emissoras diocesanas que exercem as suas actividades de difusão de forma autónoma ou organizadas em *networks*.

Portanto, a Rádio Vaticano foi fundada durante o pontificado de Pio XI que, como afirmamos, foi o primeiro papa a sugerir a utilização do jornal, do cinema e do rádio na expansão do Evangelho.

Em Portugal, a Rádio Renascença foi fundada em 1937 (com emissões iniciadas a 1 de Janeiro), numa iniciativa que teve como pioneiros os padres Magalhães Costa e Domingos Bastos (Ribeiro, 2001:99; Ribeiro, 2002: 19).

Ao nosso conhecimento, desde a inauguração da emissora principal dos católicos, três documentos reservaram um tratamento especial e diferenciado à temática da rádio católica: a encíclica *Miranda Prorsus* de Pio XII (1957), a instrução pastoral *Communio et Progressio* (1971) e os documentos produzidos pelo Congresso Mundial das Rádios Católicas (2008).

A) A Encíclica *Miranda Prorsus* (MP): dedicada à temática ligada à cinematografia, à rádio e à televisão, a encíclica MP foi publicada a 8 de Setembro de 1957. Este documento destaca três preocupações fundamentais: sublinha as consequências perigosas do uso incorrecto

dos MCS para a «fé e a integridade moral dos cristãos (...) no caminho do progresso das técnicas de difusão, cujo poder influencia o pensamento e o comportamento de indivíduos e comunidades»; condena a utilização dos MCS para o exclusivo interesse político e económico, sugerindo que os media sejam meios de produção cultural e de educação social; e, na secção que reserva à fundamentação bíblica da comunicação, a MP considera os media como «dons de Deus» ao serviço do anúncio do Evangelho, embora sejam produtos do talento humano.

Em seguida, a encíclica define a missão da rádio fundada para educar o homem, através da audição de acontecimentos ligados à vida sócio-cultural. O seu papel é proporcionar “boas transmissões” por meio da instrução, do divertimento e do anúncio da Palavra de Deus para a formação das consciências.

Entretanto, apesar do seu papel educador, o manuseio da rádio também exige responsabilidades tendentes a evitar a sua utilização para fins desviantes. Por esta razão, a MP XII define três “deveres” do radio-ouvinte. O primeiro dever é a selecção criteriosa de programas capazes de transmitir a mensagem da verdade e do bem, apoiando as famílias a cumprir os seus deveres pessoais e sociais. O objectivo do documento é que a rádio seja um instrumento que revigore e prolongue o papel dos pais e da escola. Este trabalho pode ser possível se contar com o apoio dos «organismos católicos da rádio», cuja missão é informar os fiéis sobre o valor das transmissões. Trata-se de uma indicação extensiva aos bispos a quem a MP confia o papel de advertir os cristãos no cuidado a ter com a audição de programas prejudiciais à vida moral e à fé católica. Deste ponto de vista, a encíclica privilegia os jovens, alertando-os «à vigilância e à sapiente educação do sentido de responsabilidade perante o uso do (...) receptor admitido no lar» (MP:114-117). O segundo dever do radio-ouvinte é promover uma interacção com os realizadores de programas, comunicando-lhes os seus «desejos legítimos e justas objecções». Esta orientação visa colmatar as insuficiências das sondagens da opinião pública que, nalguns casos, se baseiam em «causas transitórias e ou em impulsos não racionais», segundo a MP. Desta forma, os radio-ouvintes estarão a «colaborar na formação de uma opinião pública esclarecida que permite exprimir (...) aprovações, encorajamentos e objecções (...) e contribuir para que a rádio conforme a sua missão educativa (...) ao serviço da verdade, da moralidade, da justiça e do amor» (MP:118-121). O terceiro dever do radio-ouvinte é o apoio às «boas transmissões» que visam comunicar a doutrina cristã, com um duplo objectivo: «abalar a tirania do materialismo ateu», que, nesta época, impedia o anúncio e a penetração da verdade; e apoiar a difusão do

Evangelho e da fé cristã, sobretudo aos doentes que esperam unir-se à comunidade cristã na celebração da Eucaristia (missa) e nas demais actividades religiosas (MP:122).

Estas orientações remetem para a importância da informação religiosa. A MP afirma o «primado dos valores religiosos» nas «transmissões sacras» sobre os demais programas, ao considerar que as possibilidades oferecidas pela rádio ajudam a cumprir o mandato de Jesus de anunciar o Evangelho às nações. Para a concretização destas aspirações, a MP recomenda “vigilância” e cuidado pela moralidade dos programas com apoio profissional de sacerdotes e leigos talentosos e competentes, cuja função é apresentar as funções sagradas, as verdades da fé e demais informações acerca da vida da Igreja. Neste sentido, as emissoras católicas são orientadas a prosseguir a sua missão evangelizadora, dedicando à divulgação da Palavra de Deus «tempo oportuno e necessários meios técnicos», sendo que os programas e a produção noticiosa de qualidade exigem sempre uma ampla cultura cristã dos jornalistas (MP: 123-132).

B) A *Communio et Progressio*: o segundo documento que dedica um tratamento à Rádio é a CP. De acordo com esta instrução pastoral, os programas religiosos adaptados à rádio criam novas relações entre os cristãos, enriquecem a vida religiosa, contribuindo para a educação cristã e o empenho da Igreja no mundo (CP: nº 65 e 72). Os programas de rádio são úteis para os doentes e pessoas idosas, impossibilitadas de participar directamente na vida litúrgica, além de estabelecer uma relação com todos os homens que, separados oficialmente da Igreja, buscam, contudo, alimento espiritual. Considerando a responsabilidade atribuída aos programas religiosos de apoiar o anúncio do Evangelho às regiões onde a acção missionária é ainda inexistente ou incipiente, a Igreja deverá esforçar-se por melhorar os referidos programas com novos recursos técnicos e artísticos (Cf CP: 150). De resto, o objectivo dos programas religiosos (noticiários, comentários, debates radiofónicos) é fornecer um contributo válido à instrução e ao diálogo (CP: nº 153-155).

C) O Congresso Mundial das Rádios Católicas: a «identidade e a missão das rádios católicas hoje. Do pensamento sobre o homem a uma informação ao serviço da pessoa», foi o tema do Congresso Mundial das Rádios Católicas, promovido pelo CPCS. O evento que congregou 106 participantes, em representação de 60 emissoras católicas de 44 países, decorreu de 19 a 21 de Junho de 2008, em Roma. Andrzej Koprowski, sacerdote jesuíta e então Director de Programas da Rádio Vaticano, proferiu uma conferência sobre a «Missão das Rádios

Católicas na Sociedade Civil»²². De acordo com o presbítero, como representante da «visibilidade da Igreja» e expressão da missão eclesial a favor da construção de uma convivência humana mais fraterna e solidária, a rádio católica tem uma tripla missão: promover a imagem da Igreja como sinal e instrumento de paz; ajudar os ouvintes a compreender o sentido profundo dos eventos; e ajudar a descobrir o Cristianismo como ponto de referência crucial para o sentido da vida e como fundamento das relações sociais e culturais.

Com efeito, a concretização destes intentos implica a descoberta de uma linguagem e de um equilíbrio entre informações dirigidas ao «público católico» e outras portadoras de uma mensagem da Igreja à sociedade plural, mormente aos não católicos. É uma orientação que se propõe a suscitar, nas pessoas, um real interesse pelo «evento cristão», no âmbito cultural e social das sociedades. A. Koprowski (2008) define os desafios específicos da rádio católica, tendo em conta o contexto actual dos continentes:

a) No mundo atlântico (Europa, Canadá e EUA) os países registam um desenvolvimento tecnológico acentuado. Porém, estes povos enfrentam uma crise de valores e são incapazes de integrar a dimensão religiosa e de aceitar o papel público da religião. Para este contexto, sugere-se a concepção de programas radiofónicos que apresentem a Igreja e o Cristianismo como realidades vivas com o propósito de apoiar a mudança da qualidade de vida, dando esperança às pessoas, sobretudo as mais desfavorecidas.

b) A Ásia é marcada pelo fundamentalismo islâmico que considera o Cristianismo como prática delituosa, punível por proselitismo. Aqui propõe-se programas radiofónicos sobre educação e desenvolvimento social, sendo que a promoção do Cristianismo seria encarada como referência para o crescimento cultural, educacional e social.

c) A América Latina regista dinamismo, vigor e enraizamento das igrejas locais no tecido humano social. Para estas sociedades, a rádio católica é orientada a produzir programas que ajudem a Igreja a aprofundar a fé e a adoptar estilos de vida realmente cristãos na cultura e nos negócios públicos, a fim de se vencer a pobreza extrema e marcante das sociedades latino-americanas.

d) Em África, a inculturação do Evangelho é uma prioridade e urgência na vida das igrejas locais. Para este continente, sugere-se que sejam elaborados programas radiofónicos que

²² Andrzej Koprowski, «Las radios católicas en las sociedades civiles», en el Congreso de Radios Católicas: <http://es.catholic.net/op/articulos/50140/cat/159/las-radios-catolicas-en-las-sociedades-civiles.html> (Consultado a 3.4.2016).

ajudem a clarificar que a mensagem cristã e evangelizadora é transmitida através da cultura, mas não é cultura.

Para o tratamento destas temáticas, A. Koprowski orienta a selecção rigorosa e criteriosa de jornalistas a fim de evitar a mediatização da “vedeta” que tende a auto substituir-se à realidade e ao conteúdo, deformando assim a mensagem evangélica. Por conseguinte, «a Igreja não é vista nem apresentada, no seu conjunto, como Povo de Deus, mas como conteúdo mediatizado, através das vedetas do momento»²³. Daí que, não poucas vezes, o mundo da informação apresente a Igreja como uma estrutura “sociológica” que pende para a eliminação da referência teológica.

Enfim, à rádio católica é confiada a responsabilidade do efeito multiplicador da mensagem da Igreja. Para o efeito, A. Koprowski sublinha duas orientações da CPCS, de rigoroso cumprimento: a criação de uma rede com distintos corpos jornalísticos e demais realidades de comunicação, designadamente rádios, *websites* e agências. Trata-se de uma relação que se pretende criativa e específica, cujo propósito é prover melhor tratamento às notícias relacionadas com a realidade social, a riqueza da Igreja e a comunidade eclesial; a colaboração com a Rádio Vaticano, cujo objectivo é a retransmissão da doutrina e dos principais eventos da Igreja. Este trabalho, a ser desenvolvido por correspondentes locais nomeados para o efeito, visa proporcionar maior cobertura à vida da Igreja e aos problemas sociais locais.

Por sua vez, Helena Corazza, ex presidente da Rede Católica de Rádios e Presidente da *Signis* - instituição que congrega meios de comunicação social católicos - afirma que as rádios cristãs são parte das sociedades e do espaço público para informar a população e o cidadão. Desta forma, os princípios da rádio estão relacionados com a educação, a cultura e a cidadania (Corazza, 2004:257). Trata-se de «uma perspectiva evangelizadora de carácter democrático e participativo (...) e não um discurso proselitista ou autoritário» (ibidem: 275). Além das suas potencialidades de ampliar a informação a mais pessoas, as rádios cristãs são encaradas como espaço público, uma «praça pública eletrónica» onde são debatidas diversas temáticas, inclusive as religiosas. Portanto, a rádio cristã é também um meio promotor de «causas comuns e de interesse da população» (ibidem: 259). Neste âmbito, Corazza apresenta propostas relacionadas com a missão evangelizadora das rádios ligadas às igrejas, tendo em conta dois objectivos: a

²³ A este propósito, a instrução pastoral *Communio et Progressio* deixa claro que «os comunicadores, cuja única norma (...) é o desejo da celebridade (...) atraíam o público (...) e contribuem para o descrédito da profissão» (CP: nº 77).

responsabilidade social da radiodifusão e a assumpção de valores religiosos que enquadram a ética, a moral e o humanismo. Assim, para que a rádio religiosa cumpra a sua função social, Corazza sugere alguns desafios: uma comunicação promotora de valores e da dignidade humana, entre as quais a vida; uma comunicação ao serviço da informação, da cultura e do entretenimento; uma praxe comunicativa que evidencia (focalize) o público, respeitando os processos comunicacionais que encarem os ouvintes como pessoas, cujas diferenças e «alteridades» apelem ao diálogo entre «diferentes tendências religiosas». Além destes paradigmas, Corazza sugere uma comunicação baseada na prática dos valores da ética profissional e da coerência, acautelando manipulações, mormente do sentimento dos fiéis. Aliás, a ética exige um testemunho pessoal do jornalista e da instituição, principalmente na produção da informação. Além disso, os profissionais das rádios cristãs são orientados a imprimir qualidade em todo o seu trabalho, «de forma integrada» e articulada quer na programação, no desempenho profissional e na relação interpessoal, quer no estabelecimento de objectivos das emissoras que prevejam e enquadrem avaliação do trabalho feito. O último aspecto proposto por Corazza é a definição de uma espiritualidade sustentadora de toda a missão que, no caso das emissoras cristãs, é baseada na personalidade e missão de Jesus Cristo como modelo de comunicador. Esta orientação deve expressar-se na relação inter-subjectiva e institucional (ibidem: 272-274).

No que respeita à identidade, perfil e missão das rádios católicas, Helena Corazza²⁴ apresenta-nos uma caracterização que sintetizamos a seguir.

A missão das rádios católicas está enquadrada na missão da Igreja: viver o mandato de Cristo que é de fazer discípulos em todas as nações (Mt 28,19), nas diferentes culturas e contextos. A rádio católica é, portanto, um media popular de difusão do Evangelho, encarada primariamente como «extensão do púlpito». Ela apresenta-se de acordo com três características: anúncio, denúncia e incentivo à consciência crítica, de acordo com as directrizes pastorais da Igreja. Desta forma, a rádio católica se disponibiliza ao serviço da sociedade, como «voz dos anseios da comunidade, numa dimensão transformadora e profética», no âmbito da sua missão evangelizadora. Trata-se de um processo que tem início no interior da instituição radiofónica, implicando direcção e funcionários, antes de se estender ao público ouvinte. O objectivo desta

²⁴ Helena Corazza, «A Missão das radios catolicas», <http://www.paulinas.org.br/sepac/pt-br/?system=paginas&action=read&id=1675> (acesso, 8 de Fevereiro de 2017).

missão evangelizadora da rádio é a mudança social, particularmente a favor dos mais pobres: «A Igreja optou pelos pobres e os pobres optaram pela rádio» (Ibidem).

Por outro lado, a rádio católica sempre mostrou abertura ao grande público, no âmbito da sua missão evangelizadora. Ela investe numa prática de comunicação que dá prioridade à abordagem de diferentes temáticas de interesse do ser humano. Daí que a diversificação da sua programação corresponda à diversidade de interesses das pessoas, nomeadamente quanto à informação, ao serviço público, ao lazer e à religião. É por esta razão que, seguindo as orientações da Igreja, as rádios católicas «trabalham» noções genéricas e inclusivas, cujo propósito é abarcar três requisitos: os seres humanos, as comunidades cristãs e a estruturação de uma sociedade justa e solidária. Por isso, as notícias católicas não se confinam à temáticas religiosas, devocionais ou doutrinárias. A evangelização através da rádio é um projecto mais profundo e abrangente.

No que respeita à auto-sustentabilidade das rádios católicas, Corazza considera que as fontes de receita podem ser de tripla origem: os recursos provenientes das instituições fundadoras das referidas emissoras; as receitas publicitárias; e as doações dos fiéis, através de “clubes de amigos”.

A vivência dos compromissos éticos definidos pela Igreja devem ser um requisito primário dos próprios funcionários, no interior da instituição radiofónica. Em boa verdade, «a credibilidade da evangelização também depende da prática das emissoras da Igreja», sendo que os valores éticos requeridos devem estar presentes em todo o serviço prestado: transacções, produção radiofónica, cooperação com os coadjuvantes e clientes. Corazza sugere que «o profissionalismo, o compromisso ético e a abertura à sociedade darão às emissoras católicas a credibilidade de que necessitam junto do público e dos segmentos da Igreja».

Para H. Corazza, a programação radiofónica é «o diálogo com o público (...), o charme de cada emissora (...), a estratégia particular de sedução». Ela é definida segundo diversos factores, a começar pelos interesses e o tempo do público, baseados em dois princípios: as expectativas do público e a oferta da emissora, estabelecidos de maneira equilibrada; o equilíbrio entre ambos deverá resultar da formulação equitativa de questões básicas, designadamente: os objectivos; os critérios de sucesso; o perfil dos jornalistas; o planeamento estratégico e as vantagens sobre os concorrentes. Quanto à tipologia da programação, Corazza recomenda uma «programação total (...) de tudo para todos» comparado ao modelo das AM's que oferece uma

diversidade de conteúdos para uma audiência diversa. Neste modelo, «todos os espaços são para todos», sendo que a segmentação dos ouvintes pode ser definida pela fragmentação de programas. Mas o conjunto de programas propõe-se satisfazer muitos e diferentes públicos. Este propósito sugere a necessidade de se conhecer as opções de cada público a fim de se organizar os distintos espaços. Mas a rádio católica também é segmentada na sua programação, segundo o modelo «de tudo para alguns» em que os conteúdos, géneros e formatos são diversificados, orientados para públicos previamente seleccionados.

Em relação à programação religiosa, Corazza recorda que os conceitos relacionados com o perfil, a programação e a organização das emissoras comerciais também são similares e aplicáveis às emissoras católicas. A diferença está na «missão» assente numa «filosofia cristã» do seu projecto radiofónico. Com efeito, na programação eclesial, as notícias, a música, o lazer e a produção religiosa devem ser distribuídos na programação diária. A ideia é que «a Igreja seja notícia nos informativos e nos horários nobres». A programação religiosa deve estar em sintonia com a Palavra de Deus e com as directrizes da Igreja, no que concerne às diferentes temáticas, religiosas e sociais. Por outras palavras, há três padrões essenciais que devem caracterizar a programação religiosa da rádio católica. O primeiro paradigma, é a adopção de enfoques que enfatizem o aspecto religioso, aliando a vida social à programação. Esta interação deve ser definida com acuidade, criatividade e dinâmica, visando a qualidade em todos os géneros e formatos, segundo os gostos do público, o mercado mediático e a cultura local. O segundo padrão é a ciência profunda das directrizes e da missão da Igreja no campo da comunicação - a evangelização - adequando-a ao programa pastoral da Igreja local. Corazza sugere a descoberta de «fórmulas criativas de divulgação da acção da Igreja». De resto, a interação com a comunidade eclesial é fundamental para que os cristãos se possam rever na sua rádio, como “voz” da Igreja. O terceiro e último paradigma é o conhecimento do contexto mundial e das necessidades locais a fim de que sejam inseridos na cultura e no âmbito local. Este exercício deve antever e contemplar «a pluralidade, a emergência de subjectividades e as novas formas de expressar a fé». A ideia é que a rádio católica procure empenhar-se quanto à informação, cultura e lazer para que a emissora seja uma fiel “companhia” e “amiga” que dialoga com as pessoas.

CAPÍTULO III - A RÁDIO GENERALISTA HOJE

O progresso das tecnologias de informação e comunicação favoreceu a evolução tecnológica da rádio e impulsionou a necessidade de informação específica, através da redefinição da programação radiofónica, dando origem às rádios segmentadas. A criatividade na batalha pela conquista da audiência deu origem à rádio *online* e às possibilidades de inserção de arquivos (áudios, imagens, vídeos) nas plataformas digitais para uso posterior dos webouvintes.

Na África subsariana, onde o índice de pobreza e de iliteracia são elevados, a rádio generalista continua a ser o instrumento de comunicação favorito e mais importante, utilizado pelas populações nas cidades, vilas e aldeias. Obviamente, esta predilecção pela rádio não ignora nem dispensa os demais media. Mas, ao contrário da Europa, onde a rádio passou a ser um “parente pobre” dos media, em África, a rádio é um *medium* de múltiplas funções. É a principal fonte de informação e de difusão de modelos culturais, favorecendo a participação das populações nos grandes eventos sócio-políticos, económicos, desportivos e religiosos. Apesar dos inúmeros desafios e bloqueios ideológicos, a rádio apadrinha a troca de ideias, tendo o potencial de tornar a sociedade plural e diferenciada. Por ser mais acessível às populações e, por ser um *medium* móvel e flexível, a rádio cria, estimula e consolida a cultura democrática, a liberdade de informação e de comunicação.

É neste contexto que está inserida a Rádio Ecclesia que, apesar de ser um meio de comunicação fundado com propósitos evangelizadores, é orientado a redefinir a sua estratégia de produção informativa com o fito de implementar a sua missão e vocação atinentes à educação social, à produção cultural, ao exercício da cidadania e, sobretudo, à difusão da doutrina cristã.

O propósito deste terceiro capítulo é fazer um estudo da caracterização da função da rádio generalista no contexto radiofónico actual, no ambiente digital e na África subsariana. O último ponto será dedicado à missão da Rádio Ecclesia, num contexto político de democracia frágil e em crescimento.

3.1. Caracterização da Rádio Generalista

Nas primeiras décadas da sua fundação, e no auge da sua «hegemonia mediática», a rádio era generalista e dirigia-se a todos os públicos (Meneses, 2007:28) em função dos diversos

interesses quer comerciais como nos EUA quer culturais e educativos, a exemplo da Europa (Albert e Tudesq, 1981:13,25; Ribeiro, 2005:44-45).

Em seguida, a radiodifusão registou um enorme desenvolvimento técnico relativo à reprodução de receptores: na Europa, o número de aparelhos atingiu 3 milhões em 1929; e, no mesmo ano de 1929, os EUA contavam com 10 milhões de aparelhos. Em 1930, este crescimento elevou o investimento publicitário para 60 milhões de dólares, o que ampliou o número de rádios comerciais em busca de «rendimento da publicidade» (ibidem: 15). Quatro anos depois, em 1934, Georges Gallup fundou o *American Institute for Public Opinion* para responder à necessidade de diversos estudos de audiências radiofônicas (ibidem:30), com o objectivo de «aferir (...) o impacto que a publicidade comercial produzia junto dos receptores (...) para angariação de maiores receitas publicitárias» (Ribeiro, ibidem: 49). Outro factor relevante é o progresso tecnológico de novos sistemas aplicados à rádio: o transístor, o gravador portátil e a frequência modulada. Esta inovação facilitou a produção noticiosa, apoiou a individualização da escuta (P. Cordeiro, 2010:152) e tornou a rádio num *medium* primordial de informação a nível mundial, sobretudo com a contínua expansão do mercado radiofónico: em 1960, os EUA contavam 176 milhões de aparelhos; enquanto a Inglaterra possuía 15 milhões (Albert e Tudesq, ibidem: 48-49).

O surgimento da televisão, nas décadas 50 - 60, provocou mudanças significativas nos hábitos de consumo das audiências. No entanto, Albert e Tudesq entendem que a «irrupção» da televisão além de provocar um efeito disruptivo ao sistema de radiodifusão também forçou a rádio a alterar as suas rotinas e tendências, beneficiando (como era óbvio) do desenvolvimento tecnológico (ibidem: 103). As razões desta capacidade de resistência e de resiliência são diversas, sendo de destacar as que se relacionam com as características específicas da própria rádio: além de “intimista”, a rádio destacava-se pela sua rapidez na divulgação da informação e na mobilização das massas; a expansão dos “autorádios” por via da «miniaturização» dos aparelhos (a baixo custo) que passaram a facilitar a sua transportação para diversos locais de escuta contínua (ibidem:104-105); e o facto de a rádio ter readquirido a «tradição oral da retórica», cujas emissões eram ouvidas a longas distância (Ribeiro, ibidem: 43). A adaptação à concorrência da televisão também sugeriu outras mudanças nas técnicas de radiodifusão, procurando abranger públicos mais específicos. Na Europa, a BBC passou a introduzir alterações na sua programação, dando prioridade à comunicação com os radio-ouvintes a fim de atender aos

seus diversos gostos e interesses relativos à informação e ao entretenimento, ao contrário dos Estados Unidos, onde o estudo das audiências visava propósitos comerciais. Ao adaptar-se às necessidades dos radio-ouvintes a BBC também procurava corresponder à demanda dos automobilistas, aos consumidores que sintonizavam o rádio como «remédio contra a solidão» e dos ouvintes desejosos de participar em concursos radiofónicos com o intuito de obter ganhos (Ibidem: 105 e 109). De acordo com Albert e Tudesq, «o público da rádio não é uma massa monolítica mas (...) um mosaico de auditório de gostos diversos, permitindo programas diferenciados» (ibidem: 105). Esta argumentação é aprofundada por Lewis e Booth, segundo os quais o objectivo da BBC era tratar os diferentes públicos com respeito e não como valores estatísticos (1992:91). Contudo, Cordeiro entende que o modelo de serviço público da BBC assumia quatro elementos distintivos: um objectivo não lucrativo; a universalidade do serviço; o controlo unificado; e a manutenção de um determinado nível de programação» (ibidem:149).

Portanto, o desenvolvimento técnico da rádio, a necessidade de autonomia na produção de conteúdos e o serviço público convenceram certos países a adoptar o modelo da BBC que era variado nos seus géneros e públicos. Tratava-se de um modelo diferente do paradigma norte-americano, baseado na lógica comercial e inspirado na cultura de consumo, mas afastado das preocupações cultural e educativa (ibidem). Neste contexto surgiu o conceito de rádio generalista que «combinava música e palavra, numa estrutura que procurava dar resposta às funções clássicas da comunicação social, da informação, formação, cultura e entretenimento (...), traduzindo diferentes momentos da emissão, atendendo a interesses e públicos diferentes» (ibidem: 152). Segundo Meneses, nesta época a rádio dirigia-se a todos os públicos em função dos interesses dos ouvintes, ao mesmo tempo que surgiram a televisão e as rádios segmentadas, passando a coexistir com as rádios generalistas (Meneses, ibidem: 28).

Actualmente, o contexto da radiodifusão é caracterizado pela hegemonia das rádios especializadas, à procura de vários públicos. Meneses elenca uma série de factores que determinaram o suposto declínio da rádio generalista. Desde logo, o aumento dos serviços de radiodifusão e o surgimento das FM's comerciais em concomitância com as AM's. Estes factores alimentaram as preferências dos públicos pela programação especializada (e “monotemática”) e viabilizaram os gostos por um estilo específico de música, enquanto os publicitários passaram a preferir espaços comerciais em função da segmentação dos hábitos e dos horários. Os estudos de audiência efectuados nos EUA descobriram a existência de diferentes públicos, com distintos

gostos e possibilidades de escutas desiguais, segundo as localidades e os horários (2007:28). Segundo Meditsch, a rádio generalista que antes prestava distintos serviços aos radio-ouvintes, ao ceder espaço às rádios fragmentadas, a sua «função informativa perdeu gradualmente importância em muitas dessas especializações» (1999:21).

Em suma, a rádio generalista dirige-se a todos os públicos com o objectivo de se fazer ouvir por um número elevado de ouvintes (Meneses: 30). Ela fornece diferentes programas, atraindo uma audiência ampla, diversa e heterogénea (Martí, 1999: 83, 131). É uma definição que configura um duplo critério: variedade de conteúdos e diversidade de audiências, sendo que a distribuição dos programas é determinada segundo os níveis de audiência, segmentos de horários e níveis de escuta (Costa & Moreno, 2004:48). Assim, a rádio generalista incorpora, na sua definição, vários outros atributos como “rádio convencional”, “serviço total”, “rádio tradicional”, *total radio*, *full service rádio*, cujo propósito é chegar a «diversos públicos possíveis, através da oferta de uma multiplicidade de conteúdos» (Ibidem:19).

Entretanto, as rádios generalistas possuidoras de um canal tendem a diversificar a sua programação, procurando alcançar ouvintes de diversos lugares, mas com idades e culturas diferentes, o que promoveu um conflito de interesse geográfico, etário e sócio-cultural. Por sua vez, as rádios segmentadas detentoras de diferentes canais promovem uma diversidade que pressupõe, *de per si*, uma segmentação (Meneses, ibidem: 30). Ora, se a definição de rádio generalista pressupõe grelha generalista, não é menos verdade que, determinadas «rádios temáticas (...), apresentam grelhas de filosofia generalista» (Meneses, ibidem: 34; Martí, ibidem:101).

De resto, e segundo Meneses, «a lógica de uma rádio generalista pode encontrar-se, como definição, numa rádio de serviço público» (ibidem:34), embora, como é óbvio, nalguns países como Espanha (Meneses:30) e Brasil (Peruzzo, 2002:75), a atribuição de licenças de rádio – mesmo às rádios segmentadas – é dependente do compromisso de prestação do serviço público. O serviço público que caracteriza a rádio generalista tem que ver com a educação social. Blois define a rádio educadora como uma «escola de vida» com propósitos educativos, cuja “vocaçãõ” é a construção da cidadania, num contexto democrático (2004:176). Meditsch sugere que a versão mais evoluída e mais actualizada da rádio educativa é a rádio informativa como instituição social, cuja missão é «orientar as massas» como um serviço gratuito que ajuda a aprofundar e confrontar ideias (1999:21).

Como podemos depreender, ao longo dos anos, a rádio generalista tem vindo a adaptar-se ao progresso das tecnologias de informação e comunicação: resistiu ao surgimento dominador da televisão, subsistiu ao florescimento das rádios segmentadas e, como veremos a seguir, procura consolidar a sua integração no ambiente digital através da webrádio.

3.2. A Rádio Generalista na Era Digital: a Webrádio

Inicialmente encarada como «instrumento de promoção da estação» (Cordeiro, *ibidem*:256), a internet transformou-se numa «plataforma de difusão da rádio» (*ibidem*) que enquadra som, imagem e vídeo, apoiando a conquista de novas audiências e renovadas oportunidades de captação de receitas publicitárias. Reis sugere que a net-rádio, «a que se vê, lê e escuta na internet», agrega potencialidades, valências e características dos antigos e novos media: «Da rádio tradicional auditiva, linear, sequencial, instantânea e imediata passamos para uma rádio multimédia, multilinear, multisequencial e com conteúdos permanentes (...). Na web, a rádio perde exclusividade da audição» (2015:17).

Nos últimos 20 anos, foram publicados estudos relativos às razões do florescimento da rádio *online*. Sousa aponta factores associados ao progresso tecnológico: a evolução dos *softwares* de transmissão e recepção (*Real Audio, Media Player, Winamp*); a afirmação do sistema digital sobre o analógico no áudio, mormente com o surgimento do *Digital Audio Broadcasting* e do *Streaming*; e a produção de programas destinadas a públicos mais restritos (*hipersegmentação*). Com o surgimento da *webradio*, as emissões tradicionais essencialmente locais passaram a ser *online* (“globais”), ajudando o migrante a manter-se em sintonia com a sua terra natal. Além disso, a rádio *online* tornou-se mais democrática. Ela oferece a vantagem de emitir sem os tradicionais deveres de pedidos de autorizações aos governos por se tratar de um serviço de radiodifusão livre e gratuito, cuja interacção com os ouvintes é à escala global (2004:289-304). Na rádio *online*, o papel do receptor é melhor valorizado: além de beneficiar da capacidade de decisão sobre o *site* a visualizar e a informação a seleccionar, o webouvinte passa a ser produtor de conteúdos com recurso a plataformas digitais. Mais ainda: a programação radiofónica *online* produz *podcasts on-demand* e arquivos aos quais os ciberouvintes têm acesso (em deferido), em horários de sua preferência e conveniência (*ibidem*). Desta forma, a rádio «aproxima-se (...) do conceito de *self-media* ao permitir a criação de canais próprios na *web* e promover a personalização da escuta» (*Ibidem*: 254). Cordeiro considera que os referidos

arquivos *online* apoiam a resolução da questão da fraca durabilidade da informação radiofónica (ibidem:253). Para Reis, a webrádio é também uma das soluções encontradas a favor dos jornalistas que se empenham e se esmeram “horas a fio” numa reportagem de cinco, dez minutos, mas radiodifundida uma única vez (ibidem: 148). Sousa releva outros benefícios a favor do receptor, considerando que a webrádio permite diferentes tipos de recepção: a “recepção ambiental”, nos casos em que o ciberouvinte executa outras tarefas, tendo o rádio como «pano de fundo»; a “recepção de companhia” quando a atenção do webouvinte é «marginal» e suspensa por outras tarefas; e, a “recepção da atenção concentrada”, sempre que o ouvinte estiver inteiramente virado para a execução de outras obrigações, interrompendo-as para a audição de uma notícia específica (ibidem:302).

Porém, as potencialidades da webrádio acima referidas também correspondem a determinadas fragilidades deste novo instrumento. Na net-rádio, a audiência tem dimensão global, mas é fragmentada e limitada a internautas ligados à rede. Os ciberouvintes são capazes de visualizações de imagens e vídeos; mas, nalguns casos, sem palavras nem som. Ora, apesar das divergências de opiniões, Cordeiro considera que, «na generalidade (...), a ausência da palavra é apanágio de ausência de rádio (...). Sem as suas características originais (...) assentes na palavra e na emissão em directo, a rádio não será rádio» (ibidem: 255-256). Além destas insuficiências, a *webradio* distancia-se da relação humana, pessoal e individual, sendo que a interacção e a «relação de intimidade» com o ouvinte é uma das características específicas da rádio.

Em suma, a relação da rádio com a internet é marcadamente actual, interactiva, personalizada e documentada. Os arquivos digitais da net-rádio ajudam a colmatar insuficiências atinentes à “irrepetibilidade da rádio”. Os ciberouvintes que, por razões diversas, tiverem perdido a emissão de continuidade, têm os conteúdos *on-demand* à sua disposição para uso *a posteriori*. A reprodução de conteúdos produzidos por receptores torna a interactividade mais cordial e salutar, porquanto aprofunda as relações de proximidade com os webouvintes (Cordeiro, ibidem: 258-259). Por outro lado, apesar das inovações introduzidas pela net-rádio ao processo de radiodifusão – como por exemplo, a aposta no impacto do vídeo –, o áudio continua a ser «o elemento definidor do ciber-radio» (Reis, ibidem:143). O som continua a ser relacionado com a produção noticiosa. Além disso, o áudio que sustenta os vídeos da rádio *online*, apesar de editado e adaptado ao âmbito da web, é essencialmente baseado no som transferido da antena para a

webrádio. Por conseguinte, a preponderância do áudio sobre a imagem e o vídeo, na net-rádio, é interpretada como uma extensão da rádio tradicional (*ibidem*).

Entretanto, se nos países desenvolvidos a rádio é um meio de comunicação que se afirmou na net, em África ela dispõe de elevados níveis de audiência no éter, não na web. A rádio é o *medium* mais popular e primordial, pelas razões que desenvolveremos a seguir.

3.3. Papel da Rádio Generalista em África

Na África subsariana, a rádio surgiu prioritariamente como meio de comunicação entre «europeus expatriados» e a «metrópole». Nos três contextos – anglófono, francófono e lusófono – a iniciativa de fundação das rádios conveio às autoridades administrativas coloniais ou missionários da Igreja Católica (a exemplo da Rádio-Léo, no Congo-Brazzaville, criada e gerida pelos Missionários Jesuítas, desde 1937; e a Rádio Ecclesia de Angola fundada pelos Missionários Espiritanos, em 1954). As primeiras estações foram fundadas pela *British East Company*, em 1924, na África do Sul (Durban, Cape Town) e no Quênia (em 1928), tendo, em 1933, passado a monopólio a favor da *South African Broadcast Corporation* (SABC) devido à crise financeira. Em 1936, o sistema de radiodifusão através de retransmissão por fios foi desenvolvido nos centros urbanos onde surgiram «centros públicos de audição colectiva», nos diversos países de colonização inglesa, como a Nigéria, onde o círculo de ouvintes se alargou para 8.600 subscritores. A BBC foi a primeira a investir na «africanização» dos seus profissionais e da sua programação. A primeira experiência decorreu entre 1936-1939, no Gana, onde surgiram as primeiras emissões em línguas locais com um número de subscritores da radiodifusão a rondar os 800 postos de rádio. No mundo francófono, a primeira estação de rádio foi fundada em Madagáscar (1931) com uma programação de treze horas de informação e música em francês e malgaxe (Brosseau & Sousin, 1998: 55-58).

A segunda guerra mundial teve quase idêntica repercussão em África: a guerra das ondas entre o regime de Vichy e Charles De Gaulle também era radiofundida, com enorme interesse, nalguns países africanos, o que impeliu diversas estações a multiplicarem emissões em países como o Quênia (1941) onde a Rádio Nairobi difundia o programa «Ici, la France libre» para francófonos do Oceano Índico. Na República do Congo, David Friedrich fundou a Rádio Brazzaville «para combater a propaganda francesa emitida para a França ocupada» (Da Cruz,

2002:220); enquanto, na vizinha cidade de Kinshasa, a Rádio Nacional Belga (1943), operava em várias línguas europeias e em *Africanse* (Brosseau & Sousin, *ibidem*: 58-59).

Após a segunda guerra mundial, o elevado preço dos receptores inviabilizava a reprodução da rádio, o que a tornou um privilégio de quem vivia na cidade. Para resolver este entrave, a República do Zimbabwe propôs a criação das «rádios caçarolas» alimentadas por baterias recarregáveis com autonomia de 300 horas. A experiência foi acolhida em vários países, com o Gana a aumentar o número desta marca de receptores individuais para 5.000, em 1956. Desta forma, a radiodifusão por fio permitiu alargar o círculo de ouvintes, enquanto o número de jornalistas locais, formados na Europa, continuou a crescer, graças à «política colonial do *Indirect Rule* que se traduzia pela africanização do pessoal» (*ibidem*:89). Por exemplo, em 1952, a *Nigerian Broadcasting Corporation* já operava com 472 funcionários, entre os quais, 415 eram nigerianos. Este processo de nacionalização dos quadros facilitou a autonomização da radiodifusão, sobretudo depois da descolonização. O Gana foi o primeiro país a nacionalizar a radiodifusão com a fundação da Rádio «Voix d’Afrique», em 1957. Exemplo similar foi seguido pelo Quênia onde a *Voice of Quênia* se tornou numa rádio estatal (em 1964), tendo, mais tarde, apoiado os movimentos nacionalistas pela independência nos países vizinhos como o *ANC* (África do Sul), a *ZANU-PF* (Zimbabwe) e o *Baath* de Abdel Nasser (Egipto). A rádio passou então a ser um «instrumento político de construção nacional», graças à aposta na produção de programas e de informação em línguas africanas (*ibidem*: 91).

Na África francófona, para confrontar as ideias dos movimentos nacionalistas pela independência, transmitidas pelas rádios «inimigas» do poder colonial, o governo francês gizou novas estratégias de radiodifusão com a criação de novas estações. Esta iniciativa agilizou a guerra das ondas entre as rádios da França ultramarina e as emissoras que apoiavam os movimentos de libertação, operando em línguas africanas: Rádio Lomé (Togo, 1953) contra a Rádio Gana, cuja programação era em língua *Ewe*; Rádio Chade que se opunha à Rádio Cairo (1955); e Rádio Dakar também fundada pelo governo francês com subestações em 3 regiões (Bamako, Mali; Abidjan, Costa do Marfim; e Cotonou, Benin) para se opor às rádios regionais oeste africanas anti-coloniais. Entretanto, o sentimento nacional e nacionalista das populações e o desenrolar do processo das independências apoiaram a fragmentação das rádios instaladas pelo império colonial. Aliás, estas estruturas radiofônicas passaram a ser herança de líderes africanos

que as utilizaram como instrumentos de «mobilização política e nacional» pela independência (ibidem: 92-93).

No mundo lusófono, a primeira estação a emitir nas colónias portuguesas foi o Rádio Clube Português. Criado em 1931, começou a operar para os territórios coloniais em 1934, antes da Emissora Nacional (de Portugal), essencialmente por três razões: o desinteresse do governo de Salazar pela radiodifusão e a consequente morosidade na criação da legislação atinente à regulamentação da radiodifusão; as restrições financeiras que atrasaram, para Dezembro de 1936, o início das transmissões para as colónias; e as deficiências resultantes de disputas no controlo da radiodifusão em ondas curtas, para os territórios africanos (Ribeiro, 2014: 922-923). Estes contratemplos facilitaram a criação de várias estações privadas nas colónias, com o Rádio Clube de Moçambique (RCM) a destacar-se como projecto de maior sucesso em todo o império africano português, nesta época. Com as transmissões regulares iniciadas em Março de 1933, o RCM foi encarado como instrumento de maior impacto na «promoção do colonialismo» com o apoio financeiro inicial da administração colonial local e, posterior, das autoridades metropolitanas centrais e do próprio governador “provincial”. Este suporte das autoridades políticas impulsionou o crescimento desta emissora, passando a emitir em Inglês e, posteriormente, em *Afrikaans* (em 1947), e ouvida em toda a África Austral e Central. As transmissões para Portugal tiveram início em 1939 e nelas ganhou destaque o programa «Minuto da Amizade», dedicado à leitura de missivas enviadas de Portugal a familiares de cidadãos residentes em Moçambique. Com um “certo” monopólio sobre a radiodifusão, a RCM tinha definido uma programação na qual despontavam a música ao vivo, as canções populares portuguesas e as palestras radiofónicas com o objectivo de transmitir a ideia de que os territórios africanos lusófonos tinham alcançado um nível de desenvolvimento exponencial, durante os 500 anos de colonização portuguesa (ibidem: 930). Em Angola, a radiodifusão foi desenvolvida com a criação das rádios clubes locais em todos os distritos, entre os quais Benguela, que testemunhou a criação da primeira estação angolana, a Rádio Difusora do Lobito, cujas transmissões experimentais foram iniciadas em 1931 e as regulares dois anos depois, em 1933. Todavia, a estação com mais prestígio foi a Rádio Clube de Angola (RCA), fundada em 1937. À RCA foram atribuídos diversos encargos, particularmente a difusão dos «programas oficiais do território e os boletins de notícias produzidas pelas autoridades coloniais» (ibidem). Em 1953, após a adopção da política de combate às ideias independentistas, pelo governo colonial

português, a difusão da «programação oficial» da RCA foi confiada à Emissora Oficial de Angola (Ibidem:931). A Rádio Ecclesia, sobre a qual nos debruçaremos mais adiante, foi fundada em 1954 pela Igreja Católica. Duas décadas depois, nos anos 70, personalidades ligadas à elite local também sintonizavam outras emissoras como a Rádio Moscovo, a Rádio Argel, a BBC e a Voz da América que veiculava a ideologia anti-comunista (Brosseau e Sousin, ibidem: 94-98). Em São Tomé e Príncipe, o rádio clube local foi inaugurado em 1948, mas encerrado pouco depois para dar lugar à rádio oficial criada em 1953 com equipamento técnico da rádio anterior. Em Cabo Verde as três rádios (Rádio Clube de Cabo Verde; Rádio Clube de Mindelo e Rádio Balavento) foram incumbidas de divulgar a ideologia política portuguesa. Na Guiné Bissau o cenário foi diferente dos demais países da África lusófona: a emissora oficial, erigida em 1946, contou com o patrocínio do Estado devido à ausência de investimento privado no sector da radiodifusão (Ribeiro, 2014:931).

Tal como já sucedia nos demais contextos (anglófono e francófono), as rádios lusófonas passaram a apostar na radiodifusão em línguas locais. De acordo com N. Ribeiro, inicialmente, as emissões, nos territórios africanos portugueses, eram direccionadas apenas a cidadãos portugueses, «excluindo e ignorando» a população nativa. Porém, após a mudança política materializada na substituição do conceito de *Império Colonial* pela ideia de Portugal como nação plural e multicultural (ibidem: 931), ocorrida em 1957, a RCM passou a emitir também na língua Ronga, no programa *Hora Nativa*, em Março de 1958. A música autóctone e as palestras sobre saúde, higiene, economia e história constituíam os destaques da programação de *Hora Nativa* que, entretanto, foi substituída (em 1962) pelo canal *Voz de Moçambique*, criado com três tipos de objectivos: estratégicos, visando «mitigar» a percepção do *Apartheid*; comerciais, com o fito de angariar receitas publicitárias; e políticos, por via da promoção da ideologia do Estado Novo e da política colonial (Ibidem: 932). Em Angola, os rádios clubes também produziam emissões em línguas nacionais, embora sem grande alcance e sucesso devido ao início da guerra pela independência, após a adopção da declaração das Nações Unidas pela independência dos países colonizados. Este factor dificultou a aposta do governo português na rádio como «arma importante» contra as rádios geridas por movimentos independentistas contra Salazar. Mais ainda, os movimentos de libertação nacional contavam com o prestimoso apoio da Rádio Moscovo que, ao contrário da Emissora Nacional, era sintonizada em boas condições de audibilidade nas regiões africanas. Estas debilidades das autoridades coloniais lusas foram

agudizadas pela falta de estratégia expressa pela ausência de uma estação única que cobrisse todo o território africano (Ibidem: 933).

A seguir às independências, a evolução e a acessibilidade dos transístores apoiou o sucesso popular da rádio que passou a cobrir os territórios nacionais, graças ao esforço dos governos locais. Na maioria dos países, a rádio estava sob efectivo e rigoroso controlo dos estados independentes, através do ministério da comunicação social, e o seu papel era «estabelecer o elo de ligação entre o governo e o povo (...), informar a população sobre as políticas e as decisões do governo (...), educar, inspirar e mobilizar o povo ao serviço do desenvolvimento nacional» (Mwaura, 1980:43). Neste contexto, a rádio passou a ser encarada como «voz do país e dos seus dirigentes», enquanto os jornalistas se tornaram «funcionários do governo», dependentes do partido único, nos países de opção comunista. As emissões passaram a ser mais extensas, a priorizar as línguas nacionais e regionais (como são o *Wolof*, Senegal; a *Bambara*, Mali; e o *Swahili*, Tanzânia) e a fortalecer «as relações de forças linguísticas e étnicas, no seio dos novos estados-nação» (Brosseau & Sousin, ibidem: 97). A produção noticiosa continuou a constar nas prioridades da radiodifusão, sendo que os programas culturais, educacionais, musicais e até desportivos conheceram um desenvolvimento exponencial. Em virtude do elevado nível de iliteracia e da pobreza das populações, a rádio passou a impor-se como o *medium* primordial de comunicação popular (ibidem: 129-130). Ela foi exercendo inúmeras funções, de acordo com os contextos.

A África anglófona registou progressos na rádio educativa em línguas africanas, com o apoio financeiro dos estados que utilizavam a rádio para difundir conselhos sobre saúde e planeamento familiar, a exemplo do Quênia. No Gana, a rádio controlada pelo Estado era utilizada por Nkwame N’Krumah na propagação da ideologia panafricanista de «unificação política do continente». Na Nigéria, a rádio «federalizou-se» pelos 19 estados, em 1976, constituindo-se numa verdadeira atracção do sector publicitário (ibidem: 129-131). No contexto francófono, a rádio era usada como «instrumento de mobilização política e nacional» (ibidem:93), a exemplo de Sekou Touré na Guiné Konakry (1958). Noutros casos, a rádio passou a ser «a porta-voz do monopartidarismo», como no Congo Brazzaville. O processo de “africanização” da rádio, por via da difusão de programas e de informação em línguas locais, ajudou a penetrar e atingir as comunidades rurais. Os jornalistas passaram a ser “Altifalantes do governo”. Noutros casos, como o Benim, a rádio foi um instrumento de mobilização para a

guerra civil (guerra de secessão do Biafra, em 1967), ou como meio de difusão da mensagem dos militares amotinados, durante golpes de estado: por exemplo, contra Léon M'bra, no Gabão, 1964; e contra Marien Ngoabi (1977), no Congo. Nas colónias portuguesas africanas como Angola e Moçambique, a luta pela independência foi substituída pela guerra civil, num contexto de Regime Marxista que nacionalizou e encerrou todas as rádios, restando as emissoras nacionais votadas à produção informativa, ao progresso social e à propaganda política. Nestes dois contextos também se privilegiou a rádio por ser um meio menos oneroso em detrimento do jornal, por carência de papel, mas também devido ao elevado nível de analfabetismo, mormente nas zonas rurais (Ibidem: 135-136).

Em 1962, a Unesco tinha produzido um estudo sobre «o desenvolvimento dos meios de informação em África», tendo concluído que, no que respeita à radiodifusão, o grau de desenvolvimento variava segundo os países, mas com evidentes dificuldades comuns: analfabetismo; escassez de meios de transporte; enormes distâncias entre países, cidades, vilas, aldeias; inexperiência no uso de frequências apropriadas; diversidade étnica e linguística; e preço elevado dos radio-receptores. Apesar destas contrariedades, a rádio sempre teve a vantagem de se dirigir, simultaneamente, à população intelectual e à população iletrada, onde quer que uma e outra estivessem. É por esta razão que a rádio continuava a desempenhar um papel predominante na informação e na educação das «massas africanas» (1962:25). Por conseguinte, como meio de recepção, a rádio continuou a ser uma urgência absoluta para o progresso deste continente. Contudo, este instrumento devia estar ao alcance dos cidadãos e famílias a um preço que se adequasse às suas condições, possibilidades e capacidades financeiras locais. Para ajudar as populações a resolver a situação económica, a Unesco tinha estudado a possibilidade do fabrico, em série, de rádios a baixo preço, subvencionado pelos governos, no âmbito da «radiodifusão educativa na África tropical» (ibidem: 26-27). Este projecto previa que as empresas importadoras de material audiovisual beneficiassem de reduções nos direitos de importação, sem quaisquer outras taxas aduaneiras. A «escuta colectiva» deveria associar a radiodifusão à educação dos adultos, sobretudo nas zonas suburbanas e comunidades rurais, com o apoio de «monitores de grupos de auditores» e de «tribunas radiofónicas rurais», previamente instruídos, que actuariam como orientadores de debates posteriores à escuta. À época, a Unesco orientou ainda o estreitamento de laços de amizade entre estações e público local. Esta cooperação visava facilitar o recrutamento de pessoal que patrocinaria a produção de programas radiofónicos locais

adaptados aos grupos de auditores, segundo a diversidade de línguas. Sendo os programas de informação radiofônicos as principais fontes de informação da população africana, a Unesco sugeriu, nesta época, que as emissoras desenvolvessem as suas próprias fontes de informação, não se contentando com os serviços pré-existentes (ibidem:28).

Portanto, a rádio em África era inicialmente um meio de comunicação menos desenvolvido, porque ouvido particularmente por europeus, enquanto a «audição africana» era constituída por cidadãos ligados aos movimentos de independência. Durante as diversas etapas do processo de colonização, descolonização, independências e democratização, a rádio assumiu diversos atributos: «instrumento de luta contra o poder colonial (...), instrumento de desenvolvimento e de construção de unidade nacional (...), arma de luta em prol da mudança democrática» (Bally,1998:10). Após as independências, a rádio exerceu várias funções de acordo com os contextos: meio de educação social e de formação da opinião pública, no contexto da África anglófona; e, na África lusófona e francófona, a rádio sempre esteve ao serviço do poder político, sem que pudesse exercer a sua função social de informar as populações acerca do progresso social e do desempenho do poder político na gestão dos bens públicos, graças a informação contraditória e complementar (ibidem).

Actualmente, a rádio continua a ser o *medium* mais utilizado nas zonas suburbanas e no mundo rural, particularmente na “África profunda”, por diversas razões. Entre elas está a aposta na radiodifusão em línguas locais, que responde à segmentação etno-tribal da população africana, caracterizada por uma diversidade de dialectos. Segundo Albert e Tudesq, supracitados, «a rádio corresponde melhor às tradições de oralidade da cultura africana e permite a utilização de numerosas línguas vernáculas» (ibidem:111). A imprensa, que sobrevive à custa da subvenção dos estados, é um apanágio das elites que não consegue influenciar o contexto suburbano e rural onde a população é maioritariamente iletrada. A televisão também constitui um privilégio para as elites e para a classe média, o que resulta numa audiência reduzida. Além disso, as transmissões televisivas são circunscritas às cidades, sendo que a maioria das empresas de televisão é pertença de governos ou de empresários a eles ligados. As agências noticiosas também continuam a favorecer e a priorizar notícias fornecidas pelos governos e por instituições afins (Matumona, 2012:44-47). Estas debilidades, também suscitaram a colaboração com outros meios de comunicação locais, quer a nível da publicidade conjunta, quer da partilha das fontes de

informação (Brosseau & Sousin, *ibidem*:187-190). De facto, em África, a relação entre os media é caracterizada pela competitividade, mas também pela solidariedade entre profissionais.

Apesar destes desafios, a rádio é um dos sectores dos media que conheceram um desenvolvimento espectacular nas últimas décadas. Ela tornou-se num instrumento de cidadania que atingiu o maior número de pessoas. A relativa liberdade de imprensa, nalguns países do continente africano, tem permitido a emergência de debates públicos, procurando garantir uma melhor transparência do exercício do poder nos países emergentes. Boateng sugere que «a radiocomunicação é a mais proeminente forma de recepção de informação para os africanos da África subsariana (...) na sua capacidade de acentuar a institucionalização da sociedade civil (...). A Rádio tem a capacidade e a vantagem de derrubar (...) as barreiras do analfabetismo e da resistência desconstrutiva» (2016:447).

Embora se tenham registado inúmeras interferências e cumplicidades de estações de rádio em assuntos políticos geradores de conflitos [a exemplo da Rádio *Mille Collines* acusada de incentivar o assassinato selectivo de mais de 3.000 *Hutus* por *Tutsis*, em 1994, no Rwanda (Munyaneza, 1999: 35-40)], em África, a rádio continua a exercer a sua função social com relativa eficiência: acelera a difusão dos modelos culturais nas aldeias; e acentua a participação das populações nos grandes eventos políticos, apesar dos obstáculos e limitações relativos ao exercício da liberdade de expressão e do difícil relacionamento com os poderes políticos. Além disso, a existência de outros meios de difusão massiva influenciou o impacto e o papel da rádio no processo de transformação das sociedades, como um *medium* de múltiplas funções: traz a notícia, favorece a troca de ideias e torna a sociedade plural, diferenciada. Por ser a mais acessível às populações, a rádio procura consolidar a cultura democrática, permitindo o fortalecimento da liberdade de informação e de comunicação.

Infelizmente, na maioria dos países africanos, a rádio continua profundamente controlada pelos governos, através dos ministérios da comunicação social que, por sua vez, fiscalizam e dominam as entidades reguladoras deste sector. Referindo-se ao papel da informação na promoção do desenvolvimento económico na África subsariana, Boateng considera que «a televisão e a rádio (...) são erroneamente entendidas como serviço de pouca utilidade pública, cujo valor essencial é a promoção dos interesses governamentais, através de noticiários de propaganda e programas de documentários controlados» (2016:449). Esta débil cultura liberal dos media africanos também enfraqueceu o valor e o potencial da rádio no que respeita à sua

nobre missão de educar e informar as populações. O excessivo controlo governamental tem desvirtuado a gestão apropriada, delineada e pensada de estações de rádio, visando «satisfazer as necessidades de unificação, integração, educação e elevação dos padrões de vida dos povos africanos» (ibidem).

Pelas razões acima referidas, a rádio, a par dos demais media, é orientada a exercer a sua missão de informar com verdade e em liberdade. Com efeito, a história dos povos africanos demonstrou que o ser humano é capaz de destruir a paz e de sacrificar a própria vida para conquistar a sua dignidade e fazer valer os seus direitos fazendo recurso à força, à violência e ao confronto se a sua liberdade não for respeitada e se não forem satisfeitas as suas necessidades básicas. É verdade que África não é o único continente onde imperam desordens políticas e mediáticas. Mas o que constitui a força dos países democráticos desenvolvidos é o carácter predominante do direito sobre a arbitrariedade e a relativa estabilidade das leis institucionalizada por uma tradição aceite e respeitada pela maioria. Estas directrizes são extensivas ao âmbito da radiodifusão em África, cuja missão é contribuir para a edificação de um Estado Democrático de Direito. Chimweizu sugere que, no âmbito de uma «comunicação social da renascença africana», o exercício do jornalismo deve estar assente em «dez mandamentos» que resumimos a seguir: o «dever primordial do jornalista» é narrar os factos com verdade, equilíbrio, rigor, humanidade e sabedoria; informando e alertando sem exageros nem incitações. Estas orientações alertam o jornalista para o cultivo da humildade, reconhecendo e corrigindo as suas debilidades; respeitando a dupla acepção das palavras e das imagens, quanto ao seu poder de «matar ou curar, confundir ou confortar», sem permitir que os «néscios» sejam gestores da comunicação social. No desempenho das suas funções de líder e educador social e público, o jornalista é aconselhado a cultivar o hábito de servir o interesse público, preservando a ordem pública; informando com justiça, imparcialidade, sem astúcia nem cumplicidade com os «caprichos populares». E, para se distinguir pelo civismo e não ser acusado de atrair os valores da sua cultura, o jornalista é orientado a dominar-se e controlar-se, sobretudo perante oportunidades de lucros (2016:423-425).

Eis as atribuições que se enquadram na missão das rádios generalistas vocacionadas ao serviço público, a exemplo da Rádio Ecclesia.

3.4. Rádio Ecclesia: Fundação, Missão e Bloqueios

Em Angola, o contexto mediático eclesial da década de 30 do século XX era inicialmente dominado pelo *Boletim da Diocese de Angola e Congo*. Era um jornal bimensal criado em 2 de Fevereiro de 1935 que deu lugar ao semanário *O Apostolado*, fundado 11 meses depois (18.10.1935) por Dom Moisés Alves de Pinho, tendo a sua direcção sido confiada ao Padre Abílio Reis de Lima (Gabriel,1980:112). Em 1947, o Padre José Maria Pereira é nomeado director do referido jornal (Pereira,1995:73), tendo deixado o exercício do cargo em 1954 para se ocupar exclusivamente do projecto de fundação da Rádio Ecclesia (Costa,1970:82; Pereira,ibidem:77).

A ideia de criação da Rádio Ecclesia (RE) surgiu após a festa do Corpo de Deus, em 1954. Com efeito, para viabilizar a emissão de cânticos e preces durante a procissão, foi instalado um emissor *Redifon* junto ao hospital central de Luanda. O sucesso da manifestação de fé conseguido graças à boa prestação do emissor, suscitou inúmeros comentários de regozijo e uma questão de José Rodrigues, um fiel leigo e funcionário da Electro-Rádio: «E porque não haveríamos de fundar uma Emissora Católica de Angola?» (Apostolado,1955:nºXX). De acordo com Dom Moisés Alves de Pinho, a aceitação imediata desta proposta foi fortemente influenciada pelo sucesso da Rádio Clube de Angola (RCA): «A iniciativa bem-sucedida da fundação duma emissora de carácter cultural em Luanda, a Rádio Clube de Angola, veio dar-nos maior estímulo. O que haviam conseguido, porque não o conseguiríamos nós?» (De Pinho,1979: 268-269). Além disso, a RCA facilitava a inclusão de conteúdos religiosos nos seus programas, convidando o Arcebispo a proferir palestras radiofónicas sobre temas espirituais (ibidem). Assim, desejosos de possuir uma estação emissora própria para a Igreja de Angola, Dom Alves de Pinho e o Padre J. M. Pereira iniciaram uma campanha da angariação de donativos para a fundação da RE. A campanha que contou com o suporte publicitário do jornal *O Apostolado*, da *RCA* e do jornal *A Província de Angola*, teve êxito enorme. E, a 8 de Dezembro de 1954, durante a cerimónia de encerramento do Ano Mariano, foi para o ar a primeira emissão da RE, enquanto as emissões regulares tiveram início a 4 de Março de 1955. A Provisão conjunta dos 3 bispos de Angola²⁵ em que se erige canonicamente a RE (vide anexo nº 1) foi redigida no dia 8 de

²⁵ À época, constituíam o episcopado angolano os bispos: Dom Moisés Alves de Pinho, Arcebispo de Luanda e Bispo de São Tomé; Dom Daniel Gomes Junqueira, Bispo de Nova Lisboa (Huambo) e Administrador Apostólico de Sá da Bandeira (Uíje); e Dom António Idelfonso dos Santos Silva, Bispo de Silva Porto (Bié). Os três prelados eram de nacionalidade portuguesa.

Dezembro de 1955, em «harmonia» com o artigo 3º da Concordata entre a Santa Sé e a República Portuguesa, celebrada a 7 de Maio de 1940. Este documento foi publicado no jornal *O Apostolado* a 4 de Janeiro de 1956, no Boletim Oficial (nº19, Série II de 9 de Maio de 1956) e mais tarde na *Spiritana Monumenta Historica*. Esta informação também consta de um ofício de Dom Moisés Alves de Pinho, enviado ao Governador-geral de Angola (Fernando Augusto Santos e Castro), no dia 6 de Abril de 1956. Na sua provisão, os três preladados definiram um triplo objectivo para a RE: «Assegurar convenientes programas radiofónicos em todo o território de Angola; Exercer acção apologética e de catequese cristã; e Servir de instrumento de cultura e educação moral e cívica» (1971,950-951).²⁶

De acordo com M. Martins, a RE foi fundada sob o sonho de uma «catedral imensa» que cobriria os céus de Angola «ao serviço da causa cristã (...) como corrente evangelizadora e cultural» (1962:6). O jornal o *Apostolado* cognominou-a «a escola de renovação cristã», cuja missão é levar a «reconfortante mensagem da Igreja (...), educadora dos povos (...) para alimentar a vida cristã e contribuir para a grandeza do Catolicismo» (Ibidem). A Igreja Católica portuguesa passou a dispor de uma “voz” permanente em África, ao serviço de Deus e da Pátria (ibidem: 8).

Em seguida, a RE definiu a sua programação com cópias enviadas a todas as Missões onde as emissões eram acompanhadas, através de receptores, por fiéis reunidos em catequeses. Era a escuta colectiva em Língua Portuguesa e nas três línguas autóctones mais representativas de Angola, nesta época: o *Kimbundu*, o *Umbundu* e o *Kikongo*.

Com um perfil claramente generalista, mas com tratamento baseado em princípios cristãos (Costa,1970:121), a Emissora Católica de Angola destacava-se graças a uma programação diversificada que integrava a doutrina cristã, intermediada com a produção informativa e os programas de comentário socio-político, económico, cultural, ciência, artístico e desportivo. As razões da adopção de uma estratégia de programação generalista são explicadas pelo então Arcebispo de Luanda, Dom Moisés Alves de Pinho: «Os assuntos profanos são elaborados com a preocupação de lhe garantir audiência, redundando assim em benefício da parte religiosa. De que serviria o melhor dos programas religiosos sem ouvintes?» (ECA, 1970:21).

²⁶ Vide a evolução dos 3 logótipos da Rádio Ecclesia desde a fundação da emissora em 1954 (Anexo 5)

Com efeito, os programas religiosos eram constituídos por espaços como a «Oração da Manhã» e a «Meditação Matinal» que enquadravam rubricas, como «Lemos para si», extraídas do Jornal *Osservatore Romano* e apresentadas no programa «Certos na Hora Certa». Como de costume nas rádios católicas, a Oração do *Ángelus* era difundida ao meio dia; enquanto os programas de leitura bíblica («No livro dos livros») e de espiritualidade cristã («Palavras, mas não apenas palavras») eram ouvidos no início da tarde. O Terço era apresentado no início da noite e a Oração da Noite um espaço para nichos. Ao fim de semana, a programação religiosa era complementada com dois programas: um espaço apresentado pelo Arcebispo de Luanda - «Alocução Litúrgica» - e o segundo, o programa «Dia Diferente», da responsabilidade de sacerdotes. Do esboço dos programas religiosos também sublinhamos a transmissão da Missa Dominical e a Música Sacra, incluindo a nativa cujos registos magnéticos eram produzidos nas paróquias por brigadas idas de Portugal (Martins, 1962:12; De Pinho,1979:270).

Da programação cultural destacava-se o espaço de crítica literária, «Panorama Cultural». Além deste, havia dois programas de actualidade cultural designadamente, «Convergências» e «Novos Rumos».

No espaço de utilidade pública destacamos um programa de folclore: «Do Minho a Timor», concebido para os ouvintes de nacionalidade portuguesa residentes em Angola; o programa «Por Deus e pela Pátria», era dirigido às forças armadas com o propósito de acalantar os soldados portugueses que, nas matas angolanas, combatiam por «um Portugal Eterno». Este espaço integrava a rubrica «Correio da Metrópole» no qual se procedia à leitura das missivas enviadas de Portugal por familiares de soldados. De facto, o contexto era de guerra pela independência de Angola que durou 14 anos (04.02.1961 - 11.11.1975).

Dos programas juvenis dois espaços mereciam distinção: o primeiro - «Diálogo com a juventude» - tratava de temas de interesse juvenil, entremeado com música de actualidade; e o segundo programa, «Na Pista do Triunfo», era coordenado pela Junta Nacional de Escuteiros com base da máxima «Alma São em Corpo São».

A programação de índole científica surgia em dois momentos da grelha: o programa «Pedras Passadas» descrevia a história e a beleza arquitetónica de castelos, monumentos, catedrais, basílicas, igrejas e mosteiros de Portugal continental, insular e ultramarino; e o programa «Luanda 69» que contava com o patrocínio do «Observatório da Mulemba», um centro privado de investigação espacial situado na periferia da cidade de Luanda. «Luanda 69»

evidenciou-se na cobertura da primeira viagem do homem à lua, através dos repórteres Bettencourt Faria (Português) e Luís Venâncio (angolano), enviados especiais a Houston (EUA) que, com o apoio da Voz da América, descreveram a alunagem do *Apolo 11*, no dia 20 de Julho de 1969 (ECA, *ibidem*: 19-20).

A RE também apostou no entretenimento durante uma hora de emissão animada pelos «Parodiantes de Lisboa» com um programa intitulado «Graça para Todos».

O desporto, através dos programas «Bancada Central» e «Domingo Desporto», mantinha a sua presença regular da grelha com a cobertura de grandes eventos como a Liga Portuguesa, a Volta a Portugal de Bicicleta, o mundial do México (1970) e o Campeonato do Mundo de Vela, disputado na Ilha de Luanda, em 1969. Portugal sagrou-se em terceiro lugar.

A Emissora Católica de Angola assumia-se, portanto, como uma rádio generalista que procurava «esboçar um quadro completo da realidade lusitana», não apenas com uma programação estritamente religiosa, mas com um serviço bem definido, sectorizado e diferenciado, capaz de oferecer formação, informação, diversão e publicidade, visando a promoção integral do ser humano (*ibidem*: 15-16). Para sustentar a sua estratégia de programação tão diversificada, a RE apostou na publicidade de empresas como a TAP, a Motorola, a Nocal (empresa de cervejas de Angola), as Oficinas de São José, o Banco de Crédito Comercial e a Agência Mundial de Publicidade-Mundiarte (*ibidem*:8,18,22,27,34,38,48). Às críticas da divulgação de tão elevado “pacote” publicitário, numa rádio católica, Dom Alves de Pinho respondeu que os valores angariados serviam para satisfazer os encargos provenientes do funcionamento da rádio e a necessidade de se melhorar a qualidade das emissões. Segundo o prelado, «ninguém ignora quanto é dispendiosa a instalação e funcionamento de uma emissora desejosa de (...) conquistar a audiência» (*ibidem*: 21). Portanto, embora o objectivo da RE fosse garantir «condições de vida e prosperidade (...), a publicidade nunca a desviou da sua missão específica (...). Dava variedade de programas (...), proporcionando um salário condigno a quem lhe dedicava tempo e esforço» (De Pinho, *ibidem*:270).

Aquando da sua fundação, as condições técnicas iniciais da Ecclesia eram ainda elementares, operando com duas frequências, sendo a primeira comercial que enquadrava a publicidade para financiar as despesas da segunda frequência (religiosa) com programas de carácter religioso (Matumona, *ibidem*:132-133). Na verdade, a Ecclesia tinha registado um enorme progresso e sucesso: em 1954, primeiro ano de radiodifusão, a Ecclesia socorria-se de

um emissor de 50 W e uma consolleto rudimentar, emitindo durante 8 horas. Dezasseis anos depois, em 1970, a RE dispunha de um novo centro emissor equipado com material novo. A Ecclesia passou então a funcionar plenamente, emitindo 24 horas ao dia e a implementar integralmente o projecto que presidiu à sua fundação. Este êxito levou o seu fundador e director a prognosticar um futuro risonho, referindo que a RE seria «verdadeiramente de Angola (...), nação missionária, acérrima defensora da civilização (...) cristã e (...) poderoso veículo ao serviço da verdade» (ibidem:15-16). Pelo seu trabalho «excelente serviço tão humano e tão espiritual», as sondagens indicavam que a RE era a mais ouvida em toda a Angola (De Pinho, ibidem:269; Costa, ibidem:122).

Por ocasião das celebrações alusivas ao 16º aniversário da RE, o então bispo auxiliar de Luanda, e primeiro bispo angolano, Dom Eduardo André Muaca, expressava a crença, a confiança e a esperança de que a Ecclesia continuasse a cumprir a sua vocação de «diminuir as distâncias, aproximar os corações, despertar consciências para os problemas de Deus e do homem e proporcionar às pessoas (...) momentos de religiosidade e de distrações honestas» (ibidem: 3). Por sua vez, o Arcebispo de Luanda considerava a RE como «realidade eficiente» que, tendo nascido do «desejo de contribuir para levar a mensagem evangélica a tantas almas», tinha vindo para cumprir uma missão providente de «levar palavras (...) de conforto aos que anseiam pelo benefício de uma assistência religiosa mais assídua». Dom Alves de Pinho orientou a direcção da RE a apostar na difusão dos «valores espirituais» por via de uma informação «objectivamente verdadeira», segundo as exigências e o respeito pelas «leis morais», como garantia de idoneidade e de credibilidade. O último trecho da sua mensagem à Rádio Católica parece sugestivo: «Na fidelidade ao ideal que presidiu à sua criação, a Emissora Católica de Angola continuará a encontrar o segredo da sua vitalidade» (ibidem).

Era assim a vida e a missão da RE até à proclamação da independência de Angola, em 1975. Três anos depois, em 1978, a Rádio Ecclesia deixou de ser ouvida. O Estado angolano, chefiado pelo Presidente Agostinho Neto, decretou a extinção da RE, tendo confiscado e nacionalizado todo o seu equipamento (vide anexo nº 2). Elencamos a seguir, as razões evocadas pelo Decreto Presidencial: o facto de a República Popular de Angola ser um Estado laico, segundo o artigo 7º da Lei Constitucional angolana; a transferência das atribuições relativas ao controlo e orientação dos meios de difusão de massas do Ministério da Informação para o «Aparelho de Informação e Propaganda do MPLA», uma decisão da qual se infere a

impossibilidade de «existência e funcionamento de emissoras de rádio de propriedade particular e ao serviço de uma Igreja»; o facto de o monopólio da informação dever pertencer ao Partido, segundo os princípios constitucionais e resoluções do Comité Central; o facto de a Emissora Católica de Angola ter sido criada no âmbito da Concordata celebrada entre a República Portuguesa e a Igreja Católica, um acordo que em nada vinculava a nascente «República Popular de Angola»; o facto de que, continuando a funcionar nos moldes permitidos pela Concordata, a RE ter de ser integrada no «Aparelho de Informação e Propaganda do MPLA, Partido do Trabalho», dando cumprimento às determinações do comité central, em respeito pelo princípio de igualdade de todas as religiões e ao serviço da “Revolução”. Por estas razões, foi extinta a RE e nacionalizado todo o seu activo e passivo. Os valores referidos foram afectos à Rádio Nacional de Angola. O pessoal técnico foi orientado a manter-se nos seus postos de trabalho, enquanto o corpo directivo da RE foi forçado a cessar as suas funções. Os contratos de publicidade celebrados entre a RE e as empresas privadas foram anulados e o Ministério das Finanças foi encarregado de resolver as dúvidas suscitadas pela aplicação do Decreto que entrou imediatamente em vigor no dia 25 de Janeiro de 1978 (DRPA,1978).

Três anos antes da nacionalização da RE (25.1.1978), o Padre José Maria Pereira encontrava-se no Brasil, desde 16 de Agosto de 1975. Prevendo dificuldades futuras para a emissora, o director decidiu viajar para o Rio de Janeiro, em busca de apoio. Mas o agravamento da situação política de Angola, na véspera da independência, desaconselhou o regresso do sacerdote, tendo permanecido no estado de São Paulo como pároco de São Vicente de Paulo (Araruama) onde faleceu a 21 de Novembro de 1982 (Pereira, 1995:150). Por sua vez, Dom Moisés Alves de Pinho dizia ter sentido a «confiscação» da RE e dor mais profunda quando soube que a Ecclesia estava a «propagar doutrinas opostas às que foram a razão do seu nascimento e desenvolvimento (...). Do mal, o menos. Antes de morrer!» (De Pinho,1979:270). No seu livro de memórias, o prelado afirmava estar convencido de que a Ecclesia voltaria a «ressurgir» e que a sua «voz» ecoaria de novo para «proclamar a grandeza do Senhor, único Rei e Soberano de toda a terra» (ibidem). E, de facto, embora Dom Pinho não tenha testemunhado o ressurgimento da RE (faleceu a 26.6.1980) a sua profecia foi cumprida: depois de silenciada por 19 anos (1978-1997), a RE foi reinaugurada no dia 19 de Março de 1997.

O fim do regime marxista que impunha o monopólio dos meios de difusão massiva pelo partido-estado, a assinatura dos acordos de paz de Bicesse (1992), a alteração do regime político

do país e a aprovação da nova Lei de Imprensa, convenceram o governo angolano a devolver a Rádio Ecclesia à sua respectiva proprietária, a Igreja Católica (Matumona: 136). O Decreto nº 5/78 de 25 de Janeiro foi anulado 14 anos depois pelo Secretariado do Conselho de Ministros, no dia 26 de Fevereiro de 1992, segundo o ofício nº 101/04.40.30/SPS/SCM/91 (vide anexo nº 3). A devolução da RE à Igreja foi oficializada pelo Ministério da Comunicação Social em ofício dirigido à CEAST a 30 de Setembro de 1993 (Matumona:133). Mas os prelados “herdaram” uma rádio cujo equipamento (estúdios e emissores) estava obsoleto e danificado, o que impossibilitou a retomada das emissões (CEAST, 2015). Por esta razão, a RE foi apenas reinaugurada a 19 de Março de 1997 (por Dom Alexandre Cardeal do Nascimento), com um novo logotipo e uma nova linha editorial em que se destacam as seguintes orientações:

«Garantir o direito dos Angolanos à informação; difundir valores evangélicos, de modo a tornar a sociedade angolana mais justa, fraterna e solidária; respeitar e participar no desenvolvimento integral da pessoa, que implica as dimensões culturais, económicas, sociais, políticas, transcendentais e religiosas do homem e da sociedade angolana; e criar um espírito de tolerância, respeito e convivência pacífica entre todos os angolanos» (Casimiro, 2013:27-30).

Após a sua reabertura, a RE passou a emitir em FM (97.5), apenas para Luanda. Este precedente passou a criar divergências entre os bispos da CEAST e o Estado angolano, um diferendo que perdura até hoje. Apesar da pressão exercida pelos bispos e pelos fiéis, o governo angolano endureceu a sua posição, orientando os governadores provinciais a não autorizar a Ecclesia a emitir nas demais províncias, por, supostamente, «não ter sido emitido qualquer alvará ou licença», segundo um ofício assinado pelo Ministério da Comunicação Social de 1.12.2003, dirigido aos governadores provinciais (Matumona: 136). Na Nota Pastoral de 12 de Outubro de 2003, os bispos consideravam-se vítimas de discriminação e esperavam que as autoridades angolanas permitissem aos fiéis o usufruto e o direito de ouvirem a sua rádio em todo o país (CEAST, 2003). Durante as festividades alusivas aos 50 anos de fundação da RE (Dezembro de 2005), sacerdotes e jornalistas esgrimiram os seus argumentos de contestação: Dom António F. Jaka, bispo de Caxito e antigo director da RE, considerava «injustiça para com os angolanos impedi-los de escutar outras fontes de informação». Frei José Sebastião Paulo, então director executivo da RE aludia à existência de um desajuste entre «informação do poder e poder de informação». O Padre M. Matumona, antigo director da Ecclesia, propôs uma «ordem nacional de informação» para que todos os órgãos de informação beneficiassem dos mesmos direitos. O

Padre Luís Kondjimbe considerou o impedimento à extensão do sinal da RE uma «falta de respeito» por uma rádio que é a «mais velha da própria nação» (RE,1955 e Angola,1975). O Padre J. Kahinga, missionário espiritano, pediu que o governo apresentasse uma explicação formal para que os católicos percebessem as razões do bloqueio (Neves, 2012: 368-369).

Contudo, até finais de 2016, as autoridades angolanas não responderam às questões dos bispos e dos fiéis católicos em geral. Depois de terem sido cumpridas todas as obrigações e formalidades jurídico-administrativas com vista à extensão do sinal da RE, o Governo angolano limitou-se a pedir aos bispos que aguardassem pela regulamentação da Lei de Imprensa. Foi a fazer fé nesta promessa que a CEAST e a direcção da RE levaram adiante um projecto de expansão do sinal da RE, através de repetidores, investindo em edifícios, estúdios e formação de pessoal, em várias dioceses (Apostolado,2003:15;Neves:368; Matumona:135). Ora, a Lei de Imprensa não foi regulamentada, mas o Governo autorizou outras estações de rádio e de televisão privadas, designadamente a Zimbo TV e Rádio Mais, proprietárias da Media Nova, a estender o seu sinal por todo o país, negando semelhante direito à Igreja Católica em relação à RE, segundo a Nota Pastoral da CEAST²⁷. Actualmente, as discordâncias entre bispos e Governo angolano persistem, enquanto o projecto de expansão do sinal da RE continua bloqueado e adiado. Numa Nota Pastoral de 2015, os prelados voltaram a recordar que a extensão do sinal da RE, instrumento fundamental de evangelização de Angola, está «exclusivamente dependente da vontade política do Governo» a quem apontam falta de consideração pela Igreja, parceira privilegiada do Estado (CEAST, 2015: ibidem). Porém, os bispos são exemplo de perseverança, de paciência e de fé. Além do diálogo permanente com o governo, os prelados decidiram insistir e apostar numa outra frente: a da Oração. Em Março de 2016, publicaram a «Oração Expansão da Rádio Ecclesia», distribuída aos fiéis das 20 dioceses que compõem a CEAST (Angola e São Tomé) e convidando os cristãos a rezar:

«Senhor, que enviastes os vossos Apóstolos a anunciar a Boa Nova a todas as Nações, abri os corações, removei os obstáculos e desbloqueai os caminhos para que as ondas da Rádio Ecclesia possam chegar a todo o país, levando a todos a vossa Palavra de justiça, paz, amor e reconciliação. Amem».

Portanto, os católicos angolanos continuam a alimentar a esperança de um dia poderem ouvir a sua rádio, no seu próprio país. Enquanto isso, a RE continua a emitir em Luanda, num

²⁷ Conferência Episcopal de Angola e São Tomé (CEAST), “Nota de Esclarecimento sobre a Não Expansão do Sinal da Rádio Ecclesia a todas as Dioceses de Angola”: www.ceastangola.org (Acesso a 15.11.2015).

contexto de inúmeras dificuldades, nomeadamente financeiras. Aquando da sua reinauguração, em 1997, a RE contava com o apoio de uma rede de patrocinadores constituída pela *Missio*, *Trocaire*, *Misereor*, *Open Society*, União Europeia, *BBC World Service Trust*, a CEI (Conferência Episcopal Italiana), além das suas próprias receitas publicitárias. Infelizmente, os patrocinadores suspenderam a sua contribuição em virtude das dificuldades relativas aos bloqueios do projecto de expansão do sinal da rádio para as demais províncias. Tendo perdido as suas principais fontes de financiamento, a RE recorreu ao governo angolano, beneficiando do artigo 15 da Lei de Imprensa que prevê assistência financeira aos media privados. A decisão da direcção da RE de recorrer ao governo para obter financiamento foi questionada por Rafael Marques: «Ecclesia: a Rádio da Igreja Católica ou do Governo?»²⁸. Contudo, a própria Igreja incentiva os seus órgãos de comunicação a valerem-se de apoios externos, desde que a referida assistência não comprometa nem limite o exercício da actividade jornalística do órgão de comunicação eclesial (CP:80). A instrução pastoral *Communio et Progressio* autoriza a Igreja a solicitar apoio financeiro institucional às autoridades civis a favor de iniciativas dos media que visam prestar serviços evidentes ao bem comum, no sector das comunicações sociais, designadamente: a difusão de notícias; a publicação de livros, filmes de valor artístico; as transmissões destinadas às crianças; a publicitação de edições literárias e de representações teatrais (CP: 90).

No que respeita à audiência, de acordo com os dados do relatório da *BBC World Service Trust* (*Junho de 2009*), sobre a avaliação das necessidades da Emissora Católica de Angola, no âmbito da parceria estratégica entre as duas instituições,

«embora o seu sinal FM atinge apenas 50 quilómetros, a RE pode ser ouvida por 2 milhões de habitantes da capital Luanda (17% da população do país). Uma pesquisa de audiência realizada pela *BBC World Service Trust* em Março e Abril de 2008 mostrou que 77% dos 500 adultos entrevistados tinham escutado esta estação nos últimos três meses. O seu nível de audiência foi apenas o segundo mais alto do país a seguir ao canal A da Rádio Nacional de Angola (RNA) de cobertura nacional» (BBC, 2009:1).

Da leitura do processo histórico de fundação e missão da RE, podemos inferir que, nos últimos anos, a diminuição dos níveis de audiência desta emissora deveram-se a vários factores entre os quais destacamos: a não expansão do seu sinal para as demais províncias por razões políticas, o que levou à desistência de grandes patrocinadores que acreditavam na Ecclesia como

²⁸ R. M. Morais, «Ecclesia: a Rádio da Igreja Católica ou do Governo», in <https://www.makaangola.org/2014/03/ecclesia-a-radio-da-igreja-catolica-ou-do-governo> (Acesso: 25.2.2017).

um projecto credível, grandioso e nacional; a crise financeira nacional que afecta Angola desde 2014 e que resultou na redução da força de trabalho considerada excedentária pela anterior direcção, sendo que alguns dos melhores jornalistas da RE foram despedidos durante este processo; a diversificação da audiência através da criação, pelo governo, de inúmeras “rádios comunitárias” em todos os distritos da cidade de Luanda (mais de 20 estações).

Quanto à inserção da RE no mundo digital, em Angola, como noutros países africanos, as dificuldades relativas aos índices de pobreza e de iliteracia são extensivas ao acesso à internet. A maioria da população africana não tem capacidade financeira para adquirir computadores, *ipad's* e *smartphones* que viabilizam o acesso às redes sociais. Por conseguinte, a maior audiência está nas ondas hertzianas, não na webrádio. Em Angola, a rádio também continua a liderar a audiência entre os media. Por esta razão, a Ecclesia, nas suas estratégias de programação, continua a hesitar em termos de investimento na net-rádio. A direcção da emissora ainda não investiu seriamente na formação de jornalistas especialistas na gestão de conteúdos multimédia, na promoção do ambiente digital da rádio na publicação de *podcasts* e em trabalhos que incluam, além de textos e som, imagens e vídeos.

Apesar destas dificuldades, a RE «tornou-se num dos meios de comunicação privados mais influentes e proeminentes» (Comerford 2005:75), com um conteúdo noticioso «mais objectivo (...) e digno de confiança» (HRW,1999) e uma programação que «envolve uma miscelânea de notícias, música, discussão e debate (...), incluindo uma proporção significativa de transmissão religiosa» (Camerford: ibidem). Outra das marcas em que a RE é pioneira, em Angola, é a criação e promoção de espaços públicos de debate com a participação de ouvintes, no âmbito da formação da opinião pública sobre questões sociais (ibidem:78). De acordo com M.N.Covie, antiga jornalista desta rádio,

«a estação Católica não é só um novo meio, uma alternativa (em relação aos meios estatais), é antes de tudo um meio de comunicação que procura analisar o outro lado das questões que os factos com relevância social e noticiosa fazem espoletar. Lado este que é muitas vezes ofuscado ou intencionalmente omitido por qualquer razão que não seja a defesa do interesse público da comunidade» (2006:44).

Esta constatação de Covie foi confirmada pela BBC ao considerar a Emissora Católica de Angola como «uma das mais importantes fontes de informação alternativa (...) que enquadra géneros de programas como religião, notícia e actualidade, incluindo política, cidadania e direitos humanos» (BBC, ibidem: 16). Portanto, a Ecclesia é a rádio «da verdade», «do povo», a

«rádio de confiança», a rádio «da voz e da vez» (Covie: *ibidem*). Provavelmente por esta razão, os bispos da CEAST afirmaram, com firmeza, convicção e esperança: «Aguardamos com paciência, dispostos a cumprir as leis do país» porque «para a CEAST, a RE é um instrumento indispensável de evangelização e, por isso, necessário em todas as dioceses» (CEAST, 2015: *ibidem*). É neste contexto de missão e de inúmeros entraves que a RE continua a operar com uma programação informativa vocacionada para o serviço público de educação social, de produção cultural e de expansão do Evangelho, como demonstraremos no próximo capítulo.

CAPÍTULO IV- ESTUDO EMPÍRICO: OS RADIOJORNAIS DA RÁDIO ECCLESIA

Após a exposição do contexto teórico e conceptual, procuraremos definir o desenho metodológico no qual explicitaremos os métodos e técnicas de recolha e análise de dados que orientarão o nosso estudo. Optaremos pelo método de análise de conteúdo. As motivações atinentes à preferência destas técnicas serão detalhadas mais adiante. Em seguida, procederemos à apresentação e interpretação dos resultados do nosso estudo.

4.1. *Corpus de Análise*

A programação noticiosa da RE é constituída por quatro principais serviços noticiosos de 30 minutos, designadamente: o serviço noticioso matinal (jornal da manhã), às 7 horas; o jornal da tarde, às 12 horas; e o jornal da noite, às 18h30. Em Fevereiro de 2017, a nova direcção da RE reintegrou o tradicional “Grande Jornal”, às 22 horas. É um serviço noticioso de retrospectiva resumida e diária, pensada para nichos. A grelha da RE também dispõe dos *Magazines Diocesanos* de 30 minutos emitidos às 9 horas (com reposição às 21 horas), além de dois noticiários religiosos de 30 e 45 minutos (10h30 e 19h15), respectivamente. Acrescem a este serviço de informação: as *sínteses noticiosas* de 5 minutos, às 6h30, 11h, 15h10, 15h30, 16h e 16h30; o *Jornal Desportivo* de 15 minutos (2ª feira, às 7h45); o *Jornal das Regiões* (15 minutos, às 14 horas); seguido do *Jornal do Vaticano* em Português para a África lusófona de 15 e 30 minutos (às 14h15 e 21 horas). No essencial, a programação noticiosa da RE apresenta um triplo formato: os *flashes* noticiosos de 5 minutos; os radiojornais de 30 minutos e os magazines informativos de 30-45 minutos (vide grelha de programas da RE, anexo nº3).

Como acima referido, a RE dispõe de quatro principais serviços noticiosos às 7 horas, às 12 horas, às 18 horas e 30 minutos e às 22 horas. Contudo, a nossa «unidade de observação» é o radiojornal das 12 horas, uma opção motivada pelos seguintes critérios que nos parecem sugestivos: o facto de o jornal da tarde ser o serviço noticioso de maior audiência, sendo que o conteúdo dos demais radiojornais é essencialmente a reprodução das notícias divulgadas no serviço central do meio dia, inúmeras vezes sem reportagens de sequência nem actualizações de fundo.

Para obter as informações dos radiojornais, socorremo-nos de gravações dos noticiários editados através do programa *Sound Forge*²⁹. O nosso *corpus* de análise é constituído por 10 radiojornais: 5 do mês de Novembro de 2016 (21/11,32:09; 22/11,25:41; 23/11,20:30; 24/11,21:53; e 25/11,28:32) e outros 5 do mês de Abril de 2017 (03/4,23:53; 04/4,23:54; 05/4,22:33; 06/4,27:09; e 07/4,24:58). A nossa preferência pelos meses de Novembro de 2016 e Abril de 2017 deveu-se ao facto de serem dois períodos diferentes de relativa estabilidade em termos de produção noticiosa, sem maior predomínio da informação religiosa sobre as demais notícias, como sucede, por exemplo, nos meses mais fortes do Ano Litúrgico - Páscoa (Março) e Natal (Dezembro) - e durante as duas assembleias plenárias anuais dos bispos da CEAST (Março e Outubro). O tempo de antena dos radiojornais definido pela direcção da RE, incluindo os blocos publicitários e os *jingles*, é de 30 minutos. Contudo, o nosso estudo considerou apenas o tempo efectivo dos radiojornais, excluindo a publicidade, os *jingles* de promoção da emissão e a leitura dos locutores que não se referem às notícias. Portanto, o nosso estudo incidirá sobre 10 radiojornais que correspondem a 251:02 minutos, uma média de 25:1 minutos por noticiário.

Sendo uma rádio generalista, os radiojornais da Ecclesia abordam temáticas diversas, como explicamos mais adiante. Segundo orientações da direcção da emissora, a informação religiosa tem prioridade no *lead* dos radiojornais por se tratar de uma rádio católica. Os noticiários seleccionados, para análise, correspondem aos dias da semana (de Segunda a Sexta-feira). Ao Sábado e Domingo, a Rádio Ecclesia privilegia a informação religiosa do fim-de-semana, mormente as notícias relativas às celebrações eucarísticas dominicais (missas) no Vaticano e nas 19 dioceses de Angola³⁰.

4.2. Análise de Dados

Após a recolha de dados, e procurando dar resposta à pergunta de partida e aos objectivos inicialmente definidos, optaremos pelo método da análise de conteúdo. É uma «técnica que possibilita o exame metódico, sistemático, objectivo e quantitativo, do conteúdo de

²⁹ O *Sound Forge* é um programa de computador que edita e cria áudio digital. É recomendado na utilização profissional do mercado de gravadoras e estúdios de gravação. A partir da versão 7 tornou-se *Sony Sound Forge* pelo facto de os seus direitos terem sido adquiridos pela *Sony*. Em progressivo avanço tecnológico, e na na versão 11, o *Sound Forge* é, actualmente, um dos instrumento mais utilizados por editores e produtores de áudio: <http://www.baixaki.com.br/download/sony-sound-forge-pro.htm> (Acesso aos 26.03.2017).

³⁰ Apesar de a RE ser pertença da CEAST (Conferência Episcopal de Angola e São Tomé), o nosso estudo não incluirá a Diocese de São Tomé. Ela possui uma rádio católica própria, a Rádio Jubilar.

certos textos, com vista a classificar e interpretar os seus elementos constitutivos e que não são totalmente acessíveis à leitura imediata» (Robert e Bouillaguet, 1997: 4; *apud* Amado, 2013:304). Com efeito, a análise de conteúdo é um método que, segundo R. Quivy e L. Campenhoudt, alia, satisfaz e conjuga o rigor metodológico e a profundidade inventiva. É um método adequado no apoio ao controlo da exatidão e da credibilidade das informações contidas nos documentos (2003: 227). Este procedimento apoia o desenvolvimento de uma análise minuciosa e comparativa dos critérios e procedimentos utilizados pelos editores no tratamento dos factos noticiosos pré-seleccionados, apesar das suas limitações: por ser tão dissecado e categorizado, a Análise de Conteúdo poderia oferecer alguma dificuldade no momento da análise dos dados recolhidos “ao pormenor” (*ibidem*:201-203). Apesar destas insuficiências, este método parece-nos adequado aos objectivos do nosso trabalho de investigação na análise do desenvolvimento histórico do nosso estudo.

Das diversas vertentes do método de análise de conteúdo, optaremos pela análise temática que nos ajudará a descobrir o número de frequências das palavras ou frases usadas na produção dos radiojornais.

Portanto, o método de análise de conteúdo é fundamental no estudo das produções culturais, na análise dos processos de difusão e na interpretação de acontecimentos (*ibidem*: 230-231). É um método adequado ao «estudo do implícito» que orienta o investigador a manter uma distância em relação às interpretações espontâneas, utilizando referências normativas para, em relação ao nosso estudo, analisar a organização interna dos noticiários editados pelos jornalistas da RE. De acordo com os autores supracitados, o suporte material dos dados recolhidos permitirá um controlo posterior do trabalho de investigação (*ibidem*).

Na prática, após a recolha de dados, procederemos à selecção dos extractos mais significativos (unidades de informação) para posterior análise, de acordo com os seguintes passos:

1. Audição dos 10 radiojornais;
2. Codificação do conteúdo de acordo com os vários indicadores constantes da grelha de análise que foi construída de modo indutivo a partir do próprio material objecto de análise. Os indicadores constantes da nossa grelha foram os seguintes:
 - “tema”, correspondendo à temática das notícias seleccionadas pela redacção da RE;

- “tom” (positivo, negativo ou neutro) das notícias radiodifundidas. Foram categorizadas com tom positivo todas as notícias nas quais foi utilizada uma adjetivação que remete para a positividade do evento noticiado, e como neutras aquelas nas quais o jornalista não adjetivou o acontecimento em causa. Nos casos em que foram utilizados adjetivos que remetiam para a negatividade do evento, a notícia foi categorizada como tendo tom negativo.

- principais “intervenientes” entrevistados pelos editores e repórteres;
- “regiões” objecto de cobertura jornalística da RE;
- “âmbito” (provincial, nacional, regional e internacional) em que foram produzidas as notícias enviadas à redação para divulgação;
- “géneros” jornalísticos adoptados na feitura das peças;
- “duração” das peças jornalísticas e seu contributo na análise das temáticas noticiadas;
- “fontes de informação” consultadas na elaboração das notícias;

3. Elaboração dos gráficos com as respectivas percentagens por indicadores e categorias. Este procedimento visa preparar o cálculo estatístico.

4.3. Apresentação e Interpretação dos Resultados

Nesta última parte do 4º capítulo, procederemos à apresentação e à interpretação dos resultados do nosso estudo. Para o efeito, a nossa análise focará os indicadores estatísticos globais (totais) de cada um dos dois blocos estudados: o 1º bloco dos jornais noticiosos (JN) de 21 a 25 de Novembro de 2016; e o 2º bloco, de 3 a 7 de Abril de 2017. Os dados numéricos diários e detalhados representados nas tabelas diárias e respectivos gráficos sintéticos estão em anexo (vide tabelas de 1 a 10).

4.3.1. Dados sobre Indicadores Temáticos Globais

No primeiro bloco, as notícias de categoria sociedade foram as que mereceram maior destaque, ocupando 40% dos noticiários, tendo em conta o tempo que elas ocupam nos radiojornais. As notícias sobre a religião surgem em segundo lugar com 30% do total dos radiojornais. As restantes categorias foram menos abordadas: políticas, 13%; economia, 10%; desportivos, 4%; justiça, com 2% e internacional com a mesma percentagem (2%).

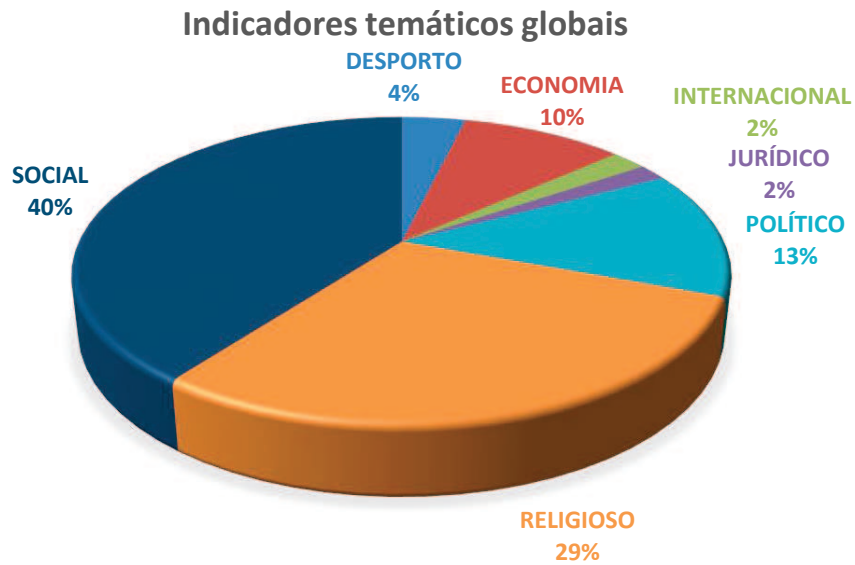


Gráfico 1 - Indicadores temáticos globais (JN) de 21 a 25 de Novembro de 2016

Já no segundo bloco, os temas sociais também aparecem em primeiro lugar, ocupando 41% do tempo dos radiojornais, mas com uma ligeira diferença em relação aos temas religiosos que se destacam a seguir com 40% do tempo dos radiojornais. Neste bloco de Abril, as notícias de economia surgiram em terceiro com 10%, o noticiário política com 6%, o internacional com 2%, enquanto o noticiário desportivo surge no fim do gráfico com apenas 1% dos radiojornais.

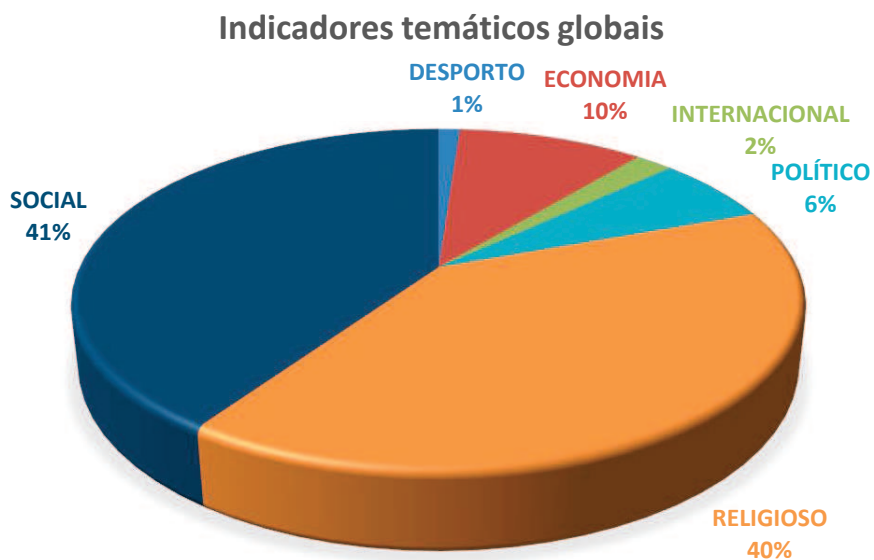


Gráfico 2 – Indicadores temáticos globais (JN) de 3 a 7 de Abril de 2017

Portanto, nos dois blocos analisados, os temas sociais destacam-se em primeiro lugar com 40% e 41% dos noticiários. Este dado também demonstra a inserção da RE na sociedade e no contexto mediático angolano, cuja missão é informar a população no domínio da educação, cultura e cidadania, numa perspectiva evangelizadora de carácter democrático e participativo (Corazza,2004:257; Morais,2005:35; Beltrão,2006:14). É por isso que, segundo Corazza, a missão evangelizadora da rádio católica, no âmbito social, cumpre dois propósitos: a responsabilidade social da radiodifusão e a assumpção de valores religiosos que enquadram ética, moral e humanismo (ibidem). A linha editorial da RE, supracitada, também enfatiza o âmbito social da sua produção noticiosa: prover informação; difundir valores cristãos, numa sociedade que se pretende desenvolvida com justiça, tolerância e paz; garantindo o respeito pelo ser humano na sua dimensão económica, sócio-política e religiosa.

Os temas religiosos destacam-se em segundo lugar, nos dois blocos, ocupando 30% e 40% do tempo dos radiojornais. Este dado estatístico configura obediência e atenção dos editores da RE às orientações da Igreja no cumprimento dos padrões acima definidos, tendo em conta que o objectivo da Emissora Católica de Angola (ECA) é o apoio à Igreja na expansão do Evangelho. O objectivo é que, como diz Corazza, «A Igreja seja notícias» em toda a programação e produção noticiosa em sintonia com a doutrina católica (Corazza: ibidem).

4.3.2. Indicadores Temáticos

No primeiro bloco (Novembro), os temas “catequéticos e doutrinários” destacam-se com 24% do tempo dos noticiários, seguindo-se os temas sobre “educação” com 12% e “morte” com a mesma percentagem: 12% do tempo dos noticiários. A hierarquia dos demais temas apresenta-se como se segue: “desporto”, 7%; “finanças públicas”, 5%; “agricultura”, 3%; “saúde pública”, 3%; “eleições”, 2% e “greves” 2%. Salientamos que foram abordadas diversas temáticas agrupadas na secção dos “diversos” por se referirem a temas muito diversos, mas que se apresentam em primeiro lugar, ocupando 27% do total dos radiojornais do bloco de Novembro³¹.

³¹ Nos dois blocos noticiosos, os temas “diversos” (que representam 27% em Novembro e 8% em Abril) referem-se a assuntos como: “refugiados”, “excesso de burocracia na função pública”, “compras para a festa de Natal”, caso de “burla”, “abuso sexual contra menores”, “construção”, “fornecimento de energia eléctrica”, “corrupção”, populações vítimas de situações adversas, “lançamento de livro”, “crise económica”, acções que envolvem agentes da polícia e lançamento de um novo jornal online.

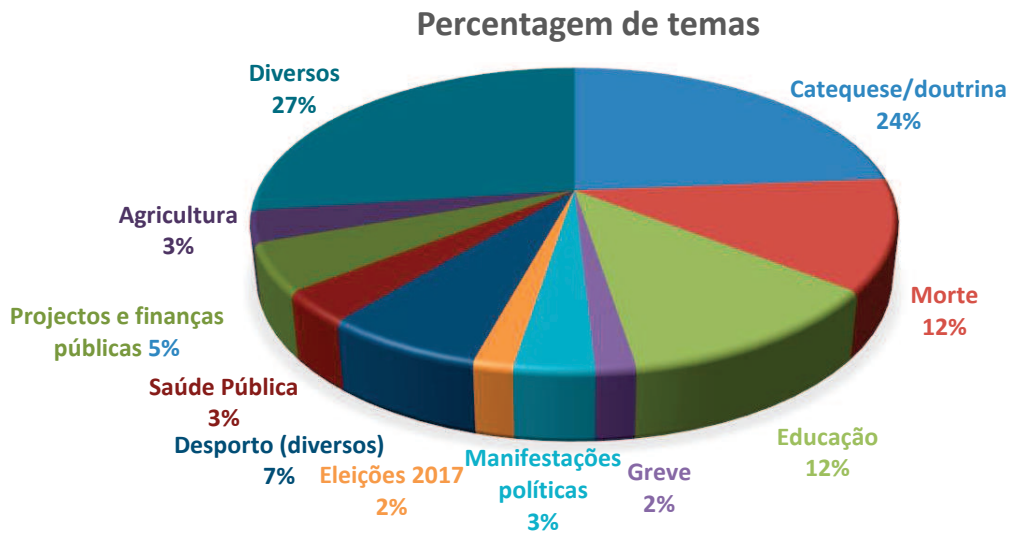


Gráfico 3 - Percentagem de temas (JN) de 21 a 25 de Novembro de 2016

Já no bloco de Abril, os temas relacionados com “catequese e doutrina” também aparecem em primeiro lugar com 24% do tempo dos noticiários. A greve dos professores foi o tema que dominou a actualidade nesta semana, representando, por isso, 17% do total do número de número das notícias. Os temas sobre “saúde pública” (8%); “eleições” (8%) e “diversos” (8%) aparecem em terceiro lugar. Seguem-se os temas sobre “finanças públicas” com 6%; “violência e guerra” (guerra na Síria) com 6%; “paz e reconciliação” com 6%; “desporto” com 4%; “agricultura”, “manifestações políticas” e “educação”, todos com 2% para cada tema.

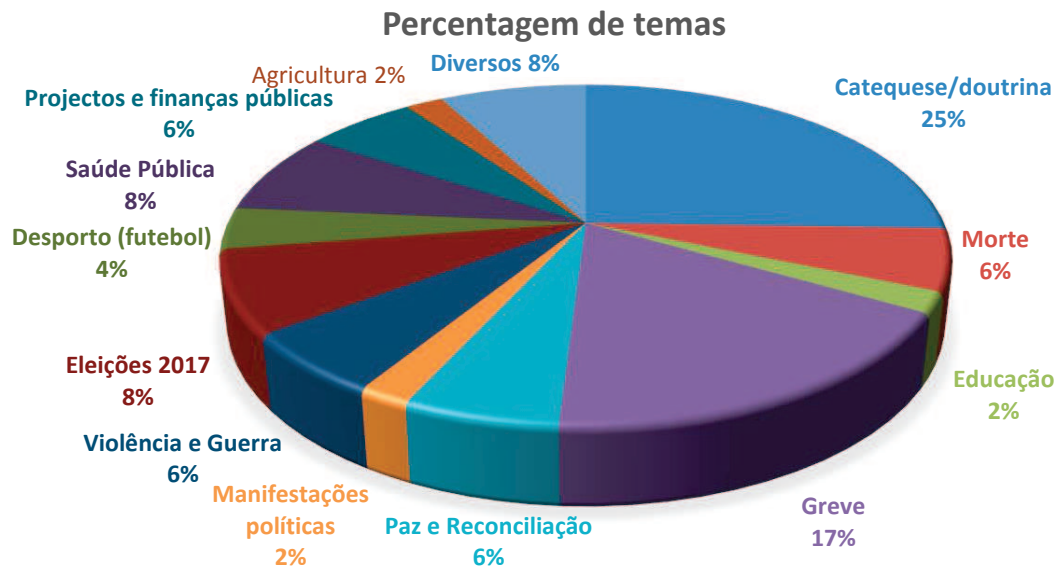


Gráfico 4 - Percentagem de temas (JN) de 3 a 7 de Abril de 2017

Como podemos inferir, os temas catequéticos e doutrinários foram os mais abordados nos dois blocos: Novembro, 24%; e Abril, 24%. Estes dados quantitativos denotam que, do ponto de vista do conteúdo temático, a produção noticiosa da RE é essencialmente generalista e se dirige a um público heterogêneo com gostos e interesses diversificados (Albert e Tudesq, *ibidem*:105; Meneses, *ibidem*:21). É um perfil que impeliu a RE a apostar na diversificação do seu conteúdo temático produzido com autonomia editorial. Todavia, a ECA é uma rádio com uma especificidade peculiar: ela é generalista, mas com um tratamento prioritário de temas sociais e religiosos em virtude da sua identidade como rádio católica popular de serviço público, cuja missão e atribuição são a educação socio-religiosa (CP, nº 95,110,148,150,153; AN, nº28), como contributo para a construção da cidadania, num contexto de crescimento democrático e de direito (Blois, 2004:176). A Ecclesia parece assim assumir-se como «intérprete e altifalante da Igreja» (Pio XI,1936), apostando na formação dos cidadãos e na promoção dos valores humanos e cristãos (Pio XII, 1957). Há, portanto, uma espiritualidade baseada na doutrina católica que sustenta toda a produção noticiosa (Corazza, *ibidem*:272). Por isso, espera-se do jornalista que seja íntegro, responsável, coerente, compreensivo e atento às necessidades das pessoas (João Paulo II,1982). Estas qualidades jornalísticas estão presentes no tratamento jornalístico de determinadas temáticas: a história de uma senhora envolvida na “burla” de residências detida pela polícia nacional (JN.25.11.2016); e o suposto desvio de 80 milhões de USD denunciado

pelo Tribunal de Contas, em Benguela (JN 22.11.2016). Nos dois casos, os dois repórteres entrevistaram os implicados nesta problemática. Entretanto, outros temas poderiam ser melhor tratados. A título ilustrativo, a polícia nacional ao desaconselhar a manifestação contra a nomeação da nova directora geral da Sonangol (JN 25.11.2017) suscita um tema que implicaria uma entrevista ao porta-voz da polícia nacional para explicar as razões da “proibição”, tendo em conta que a Lei da Manifestação é um direito consagrado na Lei Constitucional. Outro exemplo tem que ver com as acusações do director provincial da ENE (Empresa Nacional de Energia) contra cidadãos por incumprimento no pagamento do consumo de energia eléctrica, na Província do Uije (JN 21.11.2017). Na cobertura desta notícia a voz dos consumidores teria de ser ouvida, tendo em conta a prestação, inúmeras vezes deficiente, da própria ENE em relação ao abastecimento de energia eléctrica ao público consumidor. Contudo, tal não aconteceu e a peça jornalística apenas deu voz à ENE.

No bloco noticioso de Abril as insuficiências referidas prevalecem, nomeadamente em dois casos: dois actores do grupo teatral horizonte Ginga Mbandi foram baleados por supostos agentes da «Guarda Sem Fronteiras». A versão oficial desta instituição ligada à polícia nacional não foi tida em conta pelo repórter (JN 3.4.2017); no segundo caso, durante o fórum sobre o ambiente de negócios do turismo que decorreu em Malange, um dos empresários acusou o governo provincial de dificultar o investimento privado neste sector (JN 4.4.2017). Infelizmente, a notícia é radiodifundida sem a versão da Direcção Provincial da Hotelaria e Turismo, ferindo desta forma a regra básica do contraditório. Contudo, o princípio do contraditório está presente em outras edições. O exemplo mais evidente é a cobertura noticiosa da greve nacional de professores. Durante três dias de paralisação, os repórteres da RE (Kwanza-Norte, Kwanza-Sul, Luanda e Bengo) promoveram um verdadeiro “debate” que atingiu momentos altos de controvérsia com a troca de acusações entre os directores provinciais da educação e os secretários provinciais do Sindicato de Professores (JN 6.4.2017; JN 7.4.2017). Desta forma, a RE prestou um grande contributo no âmbito do serviço público e da produção da notícia evangelizadora: informação; educação social; promoção do respeito pelo ser humano; responsabilização das autoridades na resolução dos problemas das populações; e promoção do debate contraditório com o fito de desenvolver a reflexão, a mudança social e a formação da consciência crítica (Morais 2005:35; Beltrão, 2006:14; Picard, 2013:91; Moreira, 1995:33). A este propósito, é importante relevar a prestação dos comentadores da RE no esclarecimento dos

ouvintes em relação às várias questões sociais, com particular destaque para toda a problemática ligada quer à qualidade de ensino em Angola, quer às motivações e consequências da greve decretada pelo sindicato de professores (JN 5.4.2017).

4.3.3. Indicadores Relativos ao Tom

No primeiro bloco, das 58 notícias analisadas, 24 são negativas (41%), mormente as de índole social: demolições de residências como resultado de construções anárquicas (JN 23.11.2016); elevado índice de doentes seropositivos (JN 22 e 24.11.2016); manifestações cívicas por razões políticas (JN 21 e 25.11.2016); crise no sector da educação onde se regista um nível de absentismo elevado como no Bié (JN 22.11.2016), com os professores a ameaçarem declarar greve por razões salariais e actualização de categorias (JN 23.11.2016); mortes (JN 22.11.2016). Das 21 notícias positivas (36%), sublinhámos: o encerramento exitoso do ano da misericórdia que tinha sido proclamado pelo Papa Francisco (JN 21.11.2016); a libertação de um activista político (JN 22.11.2016); os elogios do Papa Francisco aos sacerdotes, religiosos e leigos que se dedicam à educação de crianças nas escolas católicas; o sucesso das Jornadas Mundiais da Juventude; o debate sobre a qualidade de ensino (JN 23.11.2016); e o êxito do registo eleitoral, nomeadamente em zonas recônditas com o recurso a meios aéreos e motorizados, especialmente em Malange (JN23.11.2016). Há ainda a salientar o anúncio do reajuste dos salários da função pública pelo Ministério das Finanças (JN 24.11.2016) e a marcha pacífica contra a violência doméstica organizada pelo CICA, Conselho de Igrejas Cristãs de Angola (JN 25.11.2016). Das notícias neutras, representando 23%, sublinhamos as festividades alusivas ao percurso histórico dos serviços de protecção civil e bombeiros (JN 22.11.2017).

Percentagem de tom (Nov.)

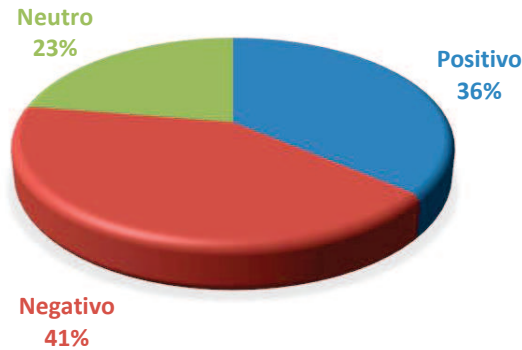


Gráfico 5 – Percentagem de tom (JN) Novembro

Percentagem de tom (Abr.)



Gráfico 6 – Percentagem de tom (JN) Abril

No bloco de Abril, as notícias negativas continuaram a dominar a actualidade, representando 41%. Os destaques desta semana relacionam-se com mortes quer no âmbito internacional, nomeadamente na Colômbia onde pereceram 250 pessoas (JN3.4.2017); quer em Angola (Luanda) onde se destaca a morte de uma religiosa, de um docente da Universidade Católica de Angola, de um jovem vítima de uma rixa passional na periferia de Luanda e de dois actores (JN3.4.2017). Outra notícia negativa foi a greve geral dos professores (JN 6 e 7.4.2017). As notícias positivas aparecem em segundo lugar com 34%, sendo que as de maior destaque relacionam-se com os preparativos do Congresso Eucarístico Nacional, o debate sobre os 15 anos dos acordos de paz e reconciliação nacional (JN 3.4.2017); a reafirmação dos bispos da CEAST contra a prática do aborto, em defesa da vida humana (JN 4.4.2017); a apresentação da

Mensagem dos bispos da CEAST sobre as eleições de 2017 em várias dioceses (JN 5.4.2017); e a inauguração de novas turbinas elétricas da barragem sobre o rio Chiumbue (Moxico) pelo Ministro da Defesa, General João Lourenço. As notícias neutras são as últimas desta classificação com 25%, entre as quais sublinhamos a apresentação do candidato do MPLA às eleições de 2017 aos militantes da província de Cabinda.

Como podemos aferir, as notícias negativas dos dois blocos analisados aparecem em primeiro lugar com 41% para cada bloco, secundadas pelas notícias positivas (36% em Novembro; e 34% em Abril). Trata-se de um período conturbado da história do país. Angola vive uma crise financeira grave que se reflecte em todos os sectores da vida social. Obviamente, a maior percentagem das notícias são negativas. Todavia, Angola não é apenas sofrimento, violência e carências. Apesar da crise económica vigente, há também realizações que devem ser enfatizadas. É necessário equilibrar a agenda noticiosa, evitando a tentação de que a “boa notícia” é apenas a “má notícia”. As narrações positivas acerca de recuperações, avanços, curas, vitórias e celebrações (Harcup e O’Neill, 2016:13) são critérios de noticiabilidade a serem consideradas, mesmo em tempo de crise. O contexto de crise também “produz” heróis. O Papa Francisco, na sua mensagem para o dia mundial das comunicações sociais de 2017 orienta os media a investirem na «comunicação construtiva» que ajude a encarar a realidade com confiança, por via da difusão não apenas das “más notícias” que cultivam o medo e a angústia, mas também das notícias que ajudem a abrir perspectivas de soluções dos problemas noticiados.

4.3.4. Indicadores sobre o Género Noticioso Adoptado

Ao longo do período em análise, os profissionais da RE adoptaram diversos géneros jornalísticos na feitura das peças noticiosas.

No bloco de Novembro foram produzidas 26 reportagens (46%); 18 entrevistas (32%); 7 comentários (12%); e 6 notícias extraídas da Internet, sem registo sonoro (10%).

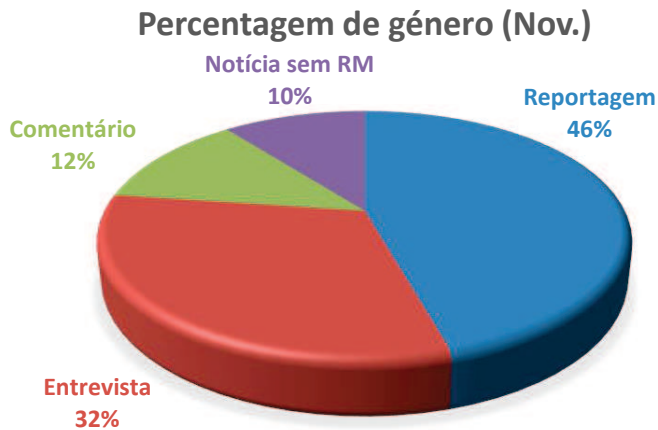


Gráfico 7 - Percentagem de género (JN) Novembro

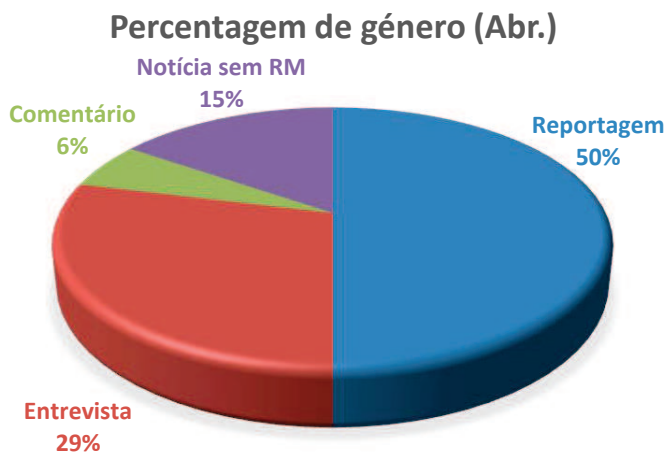


Gráfico 8 - Percentagem de género (JN) Abril

No bloco de Abril também foram produzidas 26 reportagens, representando 50% de toda a produção noticiosa deste bloco; 15 entrevistas, 29%; 8 notícias sem registo sonoro, 15%; e 3 comentários, perfazendo 6% dos radiojornais.

Nos dois blocos analisados, as reportagens constituem o género jornalístico preferido. Estes dados denotam que a RE optou pela descrição directa dos factos, graças à presença dos repórteres no terreno dos acontecimentos, procurando conferir-lhes mais veracidade e fidelidade, através do testemunho ocular (Fontcuberta, 2010:47; Gans, n.d:38; Grundy, 2008:161). Em geral, as reportagens da RE evidenciam um tratamento relativamente adequado das peças

jornalísticas. A título ilustrativo, as narrativas sobre as obras de requalificação da cidade do Sumbe (JN 22.11.2016); e a greve dos mais de 300 trabalhadores da empresa de segurança da Sonangol ("Bom Samba"), por incumprimento do empregador no pagamento do salário de 12 meses (JN 5.4.2017). Noutros casos, as descrições apresentam insuficiências. Por exemplo, a reportagem sobre a mulher agredida mortalmente por um Jacaré, no Bengo, mereceu um tratamento notável; porém, faltou apurar das autoridades administrativas que garantias oferecem para que futuros ataques contra populares não se repitam (JN, dia 25.11.2016). O outro exemplo relaciona-se com as demolições no Zango (JN, 23.11.2016). O editor limitou-se a registar o lamento de um dos moradores e o parecer do coordenador de uma organização não-governamental (*SOS Habitat*). A versão do governo provincial de Luanda teria sido essencial para que esta fonte oficial se pronunciasse quer sobre as formas de apoio às centenas de famílias que ficaram ao relento em pleno tempo chuvoso quer pelo facto de algumas das construções levadas adiante por determinados cidadãos, serem anárquicas e ilícitas. Faltou o devido «acompanhamento jornalístico» (Harcup e O'Neill,2016), sobretudo pela «Magnitude» (ibidem) do acontecimento, a julgar pela quantidade de pessoas envolvidas: 300 casas demolidas e 100 famílias afectadas.

Estas insuficiências não deveriam ignorar a dimensão social da rádio católica, cuja vocação é apoiar a melhoria das condições de vida das populações, no âmbito do serviço público que os media devem prestar à sociedade. O jornalismo evangelizador é orientado a promover a fraternidade, a justiça social, o bem comum, a mudança social e a respeitar o público, obedecendo aos valores da imparcialidade e da justiça informativa (CP, nº20, 76; Moreira,1995:33-34). Mais ainda: a notícia evangelizadora deve respeitar a ética jornalística, sendo que o contraditório é uma das suas regras mais basilares, como acima referido. Por outro lado, propomos que a RE continue a insistir no jornalismo de investigação, explorando diversos ângulos das notícias radiodifundidas. Há acontecimentos tratados nalgumas reportagens que não tiveram sequência, sobretudo as notícias com um tom negativo: «Chuvas desalojam moradores do Futungo de Belas» (JN 21.11.2016); «7 crianças afogam-se numa lagoa artificial criada pela empresa Teixeira Duarte, em Luanda» (JN 22.11.2016); «Incêndio de grandes proporções devasta 10 apartamentos em edifício de 6 andares» (JN 24.11.2016). Por não ter havido acompanhamento jornalístico, os ouvintes desconhecem o desfecho destas ocorrências dramáticas que, inclusive, envolveram a morte de crianças. O Papa João Paulo II explica que, no

âmbito no jornalismo evangelizador, um dos critérios de base da produção jornalística é a «prioridade da pessoa sobre as coisas» (1982). É também por isso que o Papa Francisco recomenda o exercício de um jornalismo «plenamente humano», baseado na compaixão e na misericórdia (2016). A CP desafia os media a produzir informação completa (nº34), prestando a devida atenção às necessidades das pessoas, à justiça informativa (João Paulo II,1980). Os bispos da CEAST também voltaram a recordar que a credibilidade dos media é dependente do exercício de um jornalismo de «rigor e isenção», de uma produção noticiosa com «verdade e imparcialidade» e da responsabilidade na divulgação de uma «informação equilibrada e plural» (CEAST, 2017: nº16). Segundo Corazza, que recomenda qualidade e desempenho profissional aos jornalistas das emissoras católicas, a credibilidade da evangelização também depende da prática das emissoras da Igreja, nomeadamente da sua produção informativa (Corazza, *ibidem*:272). Em nosso entender, um dos grandes contributos dos media católicos no desenvolvimento do jornalismo é a persistência na humanização da produção informativa. Esta argumentação vem claramente expressa na instrução pastoral CP: «Os fins primordiais da comunicação social e dos meios que emprega, é a comunhão e o progresso da convivência humana» (nº1).

Em suma, ao jornalista pede-se que seja empreendedor, criativo e investigador; capaz de produzir novas narrativas ou as mesmas descrições, mas sem preterir ângulos substanciais. Ao repórter também se pede que seja persistente, “renitente” e acutilante. A sua perspicácia ajudá-lo-á a descobrir fontes exclusivas, dados imprevisíveis e detalhes surpreendentes. Desta forma, o repórter passaria a ser uma espécie de “curador” de conteúdos.

4.3.5. Indicadores Relativos ao Âmbito das Notícias

No que respeita ao primeiro bloco, 39% das notícias são de âmbito provincial e 39% de círculo nacional; seguindo-se as do quadrante internacional com 17%; as locais com 3%; e as notícias regionais com 2%.

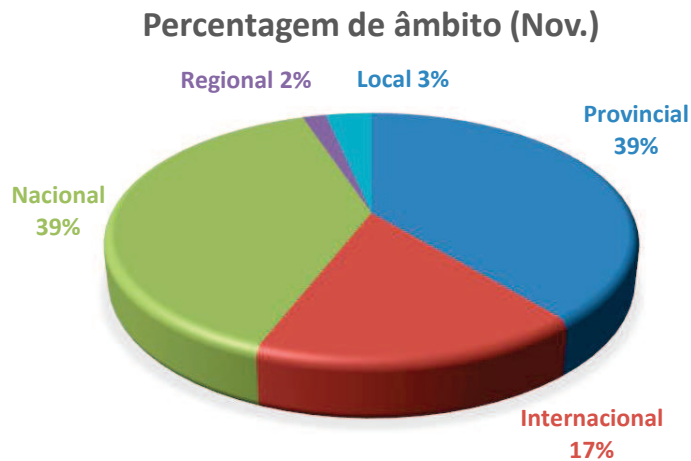


Gráfico 9 - Percentagem de âmbito (JN) Novembro

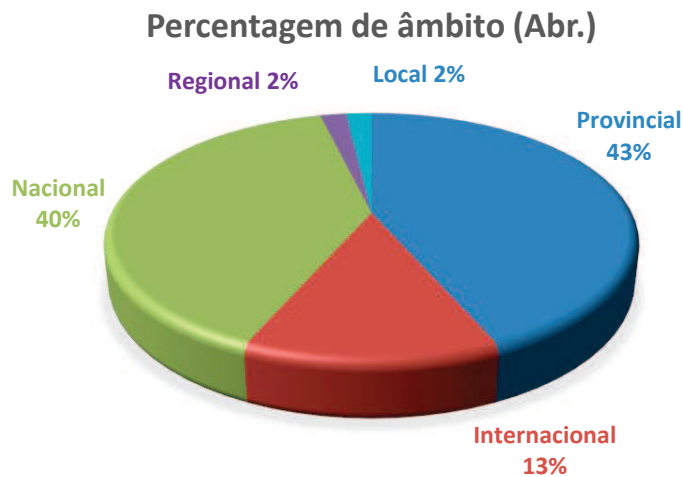


Gráfico 10 - Percentagem de âmbito (JN) Abril

Quanto ao segundo bloco, as notícias do âmbito provincial também lideram a lista com 43%. As de âmbito nacional vêm a seguir com 40%, enquanto as notícias internacionais, com 13%, ocuparam o terceiro lugar. As regionais (2%) e locais (2%) ocupam o penúltimo e último lugares, respectivamente.

No conjunto dos dois blocos analisados, as notícias de âmbito provincial aparecem nos lugares de destaque com 39% e 43%. As de âmbito nacional ocupam o segundo lugar; as notícias além-fronteiras situam-se em terceiro lugar com 39% e 40%. Os últimos lugares são ocupados pelas notícias regionais com 5% e locais com 4%, respectivamente. Estes dados denotam uma preocupação da RE em relação à marcha do país, em todas as suas vertentes, com uma “informação de proximidade”, procurando inteirar-se da vida real das populações. Daí um certo desinteresse pelas informações além-fronteiras. Aliás, à excepção das notícias do Vaticano, nos dois blocos analisados, todas as notícias do quadrante internacional são breves, extraídas da Internet e sem nenhum registo sonoro.

Ainda que a rádio seja sinónimo de som (tal como televisão é sinónimo de imagem), a Internet e os dispositivos digitais que proporciona têm alimentado novas tendências na produção noticiosa, designadamente: o acesso imediato aos conteúdos; a produção e a divulgação simultânea de informação; e as facilidades na interação com os ouvintes. Recomendamos, por isso, que a redacção da Ecclesia continue a apostar nas fontes profissionais e da Internet por meio de um serviço de leitura, de escuta e de visualização dos outros media capazes de prover informação partilhada, homogénea e indispensável (Fontcuberta, *ibidem*:47; Monteiro *et al*, *ibidem*: 309; Maesener, *ibidem*: 37). Todavia, a revolução tecnológica do sector das comunicações tem alimentado tendências de sedentarização de certos profissionais que, apostando na produção rotineira e no imediatismo, preferem “fixar residência” na redacção para apostar no “jornalismo de secretaria”. São opções que, além de se socorrerem dos habituais *breaking news*, sem exclusivos; também apoiam a manutenção do *status quo*, inviabilizando a criatividade jornalística.

4.3.6. Indicadores sobre as Regiões Objecto de Cobertura

Da análise do bloco de notícias de Novembro, conclui-se que a região de Luanda foi a mais beneficiada pela cobertura jornalística, com 56% do total. Depois de Luanda, o Kwanza-Sul é a província que mereceu mais destaque (5%), seguindo-se as províncias de Cabinda, Huíla, Namibe e Zaire, todas com 3%. As províncias do Bengo, Benguela, Bié, Huambo, Malange, Moxico e Uije ocupam o equivalente a 2% da produção noticiosa em cada caso. Além-fronteiras, Roma destacou-se com 8% (notícias sobre a actividade apostólica do Papa Francisco).

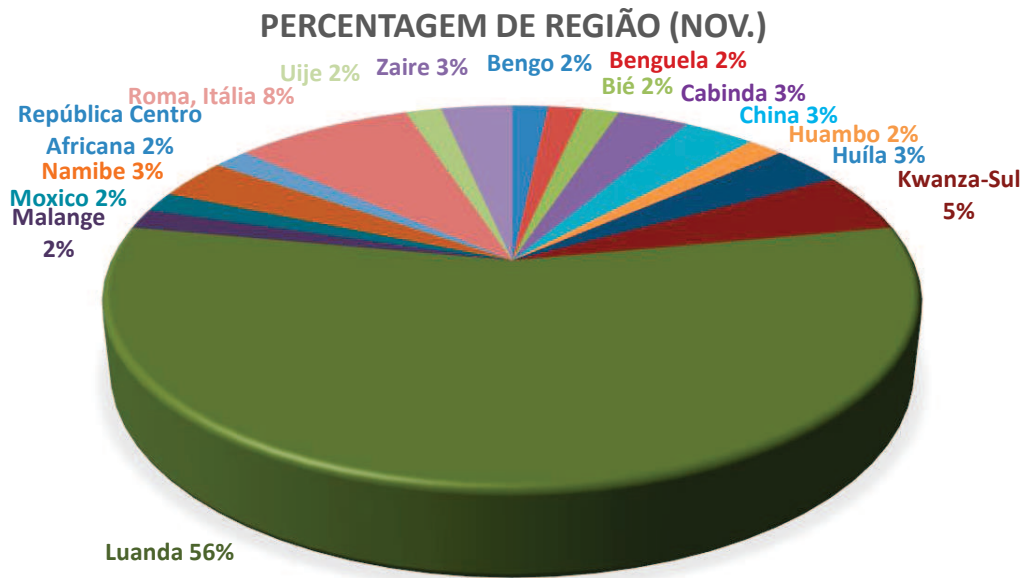


Gráfico 11 - Percentagem de região (JN) Novembro

No bloco de Abril, a região de Luanda continuou a ser a mais beneficiada, desta vez, com 45% de toda a produção noticiosa, seguindo-se as regiões do Kwanza-Sul, Kwanza-Norte e Roma, todas com 6% de notícias para cada uma delas. As regiões da Lunda-Sul, Malange, Bengo e Cabinda beneficiaram com 4% das notícias em cada caso. Com 2% das notícias foram beneficiadas as regiões do Bengo, Viana, Benguela, Bié, Cunene, Huambo, Huíla e Kuando Kubango. Com a mesma percentagem (2%), foram produzidas notícias sobre a Rússia e a Síria.

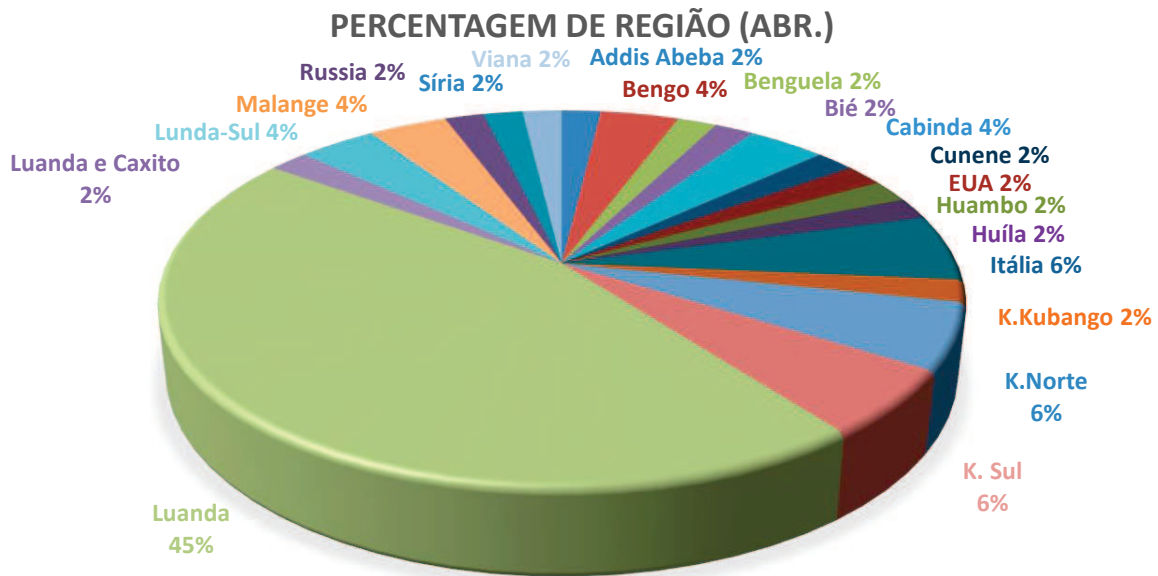


Gráfico 12 - Percentagem de região (JN) Abril

Em ambos os blocos analisados, Luanda foi a mais beneficiada, obviamente por ser a região onde se situa a RE e a única onde a emissora é ouvida. É por esta razão que a capital do país beneficiou com maior percentagem da produção noticiosa em cada um dos períodos estudados. As notícias provenientes do interior do país não beneficiam as regiões que as produzem. Os correspondentes trabalham apenas para Luanda, não para as regiões onde vivem. Enquanto prevalecerem os bloqueios políticos impostos pelo governo, os ouvintes do interior do país continuarão privados de ouvir as notícias da RE, com excepção daqueles que sintonizam a rádio online. Por esta razão, consideramos ser importante que a ECA continue a investir na web, além do éter. Ela já dispõe dos serviços online. Mas a sua webrádio (www.radioecclesia.org) apresenta determinadas carências concernentes à produção de *podcasts*. É necessário que, para além de arquivos sonoros e fotográficos a webrádio da Ecclesia também “conquiste” a imagem no hiper-audio (Reis, 2015: 49) por meio da publicitação de vídeos relacionados com a sua produção informativa, a exemplo das grandes estações emissoras católicas como a Rádio Renascença e a Rádio Vaticano. Além de que, as notícias online podem influenciar “cliques” e o contexto laboral dos editores (Harcup e O’Neill, *ibidem*:14), ao apostar na “rádio visual”, a Ecclesia continuará a focar três objectivos: criar oportunidades a favor dos ouvintes que não acompanham a emissão em directo; compensar aqueles que, no interior do país, dispõem de

smarthphones conectados à internet já que a emissão hertziana da Ecclesia é restrita a Luanda; e alcançar os radioouvintes expatriados que queiram sintonizar a RE no estrangeiro. É também por esta razão que a própria Igreja recomenda os media católicos a expandirem a sua acção comunicativa ao contexto *newmediático* onde os fiéis e demais “inquilinos” do ciberespaço são orientados a partilhar os valores da dignidade humana promovidos pela doutrina cristã (Papa Bento XVI,2013; Papa Francisco, 2014). Estas directrizes incluem o combate contra a «divisão digital» e a «info-exclusão», isto é, o desigual acesso à informação digital, especialmente nos países subdesenvolvidos (CPCS, 1997).

4.3.7. Indicadores Atinentes às Fontes de Informação

Durante a produção noticiosa correspondente ao primeiro bloco, foram consultadas 59 fontes: 13 oficiais, isto é, fornecidas pelas instituições do Estado e do Governo (22%); 11 particulares (19%); 9 eclesiais, isto é, ligadas à Igreja Católica (15%); 6 fontes profissionais, nomeadamente a Rádio Vaticano, a Televisão Pública de Angola e a Reuters (10%); 6 fontes internas, ligadas à própria RE (10%); 6 notícias extraídas da Internet (10%), a exemplo da promessa de Donald Trmp em substituir o sistema de saúde “Obamacare; 2 fontes sindicais, designadamente o Sindicato de Jornalista Angolanos e o Sindicato Nacional dos Professores, ambos com 4%. O nosso estudo também identificou casos de reportagens e entrevistas cujas fontes foram simultaneamente oficiais e particulares, representando 7%; e oficiais e partidárias com 3%.

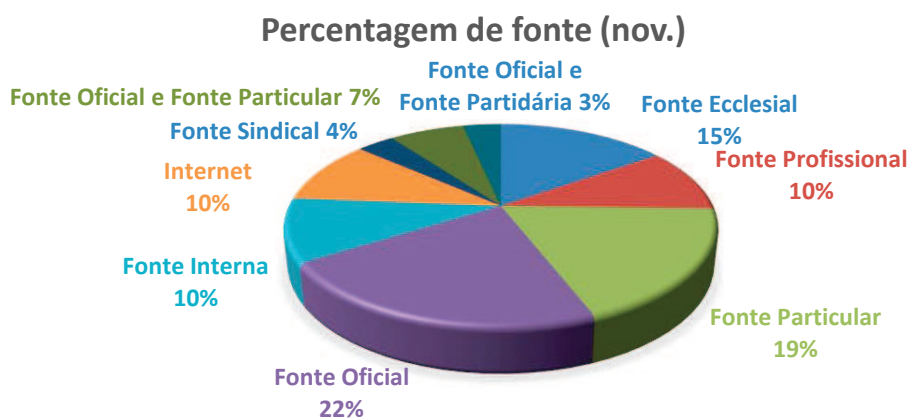


Gráfico 13- Percentagem de fonte (JN) Novembro

No segundo bloco, as fontes eclesiais destacam-se em primeiro lugar com 30% (16 notícias); em segundo lugar, as fontes oficiais com 17% (9 notícias); particulares com 15% (8 notícias); a Internet com 9% (5 notícias); as fontes sindicais com 8% (4 notícias); as internas com 7% (4 notícias); as oficiais e sindicais com 6% (3 notícias); as fontes partidárias com 4% (2 notícias); e as profissionais com 4% (2 notícias).

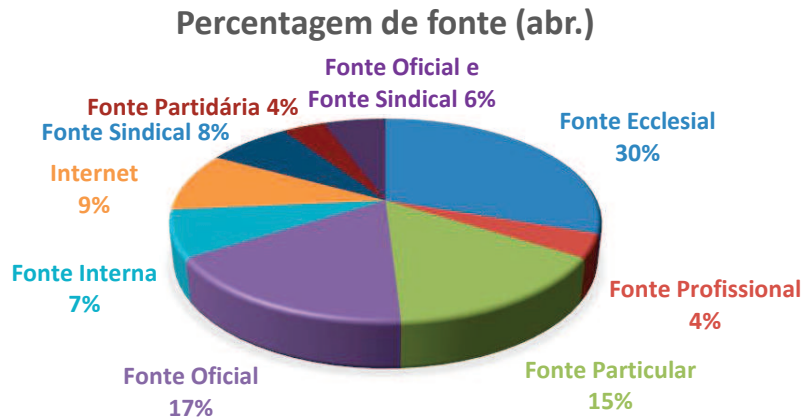


Gráfico 14 - Percentagem de fonte (JN) Abril

Portanto, no conjunto dos dois blocos, houve uma variação dinâmica no acesso às fontes de informação. No bloco de Abril, as fontes mais consultadas foram as eclesiais com 30%; enquanto, no bloco de Novembro, as fontes oficiais foram as mais consultadas com 22%. Em relação às fontes eclesiais, como acima referido, a RE é uma emissora católica com vocação evangelizadora. Quanto ao acesso às fontes oficiais, em geral, a Igreja Católica sempre procurou lidar com as instituições oficiais, por razões profissionais, mas também por respeito pelas leis estabelecidas pelos estados e governos. Todavia, é também verdade que a Igreja sempre confrontou as referidas instituições quando descumpriram ou não fizeram cumprir as leis em detrimento do ser humano, como se pode confirmar nas mensagens dos bispos da CEAST (T.Neves, 2012; CEAST, 2015; CEAST, 2016; e CEAST, 2017).

Por outro lado, nos dois períodos em análise, as fontes ligadas aos partidos políticos de oposição foram menos consultadas, sobretudo em matérias que envolvem a acção e a responsabilidade política do governo, a exemplo dos populares desalojadas do Zango e dos problemas nos sectores da saúde e da educação. No primeiro bloco, por exemplo, em 2 horas e 8 minutos de informação noticiosa, de Segunda a Sexta-feira (21-25 de Novembro de 2016), apenas duas fontes partidárias foram consultadas: Manuel Savihemba da UNITA que se

pronunciou sobre o anúncio do reajustamento salarial da função pública pelo Ministério das Finanças (JN 24.11.2016); e Francisco Viana da CASA-CE sobre a denúncia do Tribunal de Contas em relação ao pretense descaminho de fundos públicos em Benguela (JN 22.11.2016). Ora, como afirma A. Monteiro *et al*, supracitada, a informação produzida pelas fontes oficiais não é independente por expressar desejos e gostos. Ela deve ser confrontada com outras fontes que podem contrariar a versão oficial. A CP diz ser contraditório falar-se de direito à informação se não houver multiplicidade de fontes de informação disponíveis (nºs 34-35). No que respeita às fontes partidárias, os bispos da CEAST consideram que «quem governa (...) necessita igualmente de uma oposição que “obrigue” quem governa a dar o melhor de si em prol do bem de todos» (CEAST,2017: nº3).

Enfim, o jornalista é orientado a verificar e a criticar as suas fontes e não é obrigado a aceitar as revelações da sua fonte. A notícia sobre a demolição de 3.000 casas do Zango, acima referida, foi editada com base em informações fornecidas (via telefónica) por um morador e comentadas por um membro de uma ONG. Era necessário que a redação fizesse deslocar um repórter para comparar dados, obter informação diferenciada e averiguar a veracidade desta informação quanto à sua credibilidade, idoneidade, localização e acessibilidade. A CP recomenda a necessidade de «informação cruzada» (nº175).

4.3.8. Indicadores Referentes aos Intervenientes nos Radiojornais

O primeiro bloco de noticiários apresenta os populares e entidades particulares, com 39% de intervenções, em primeiro lugar. A estes se juntam os sacerdotes e religiosos, com 12%. No plano seguinte estão os bispos (6%), os governadores e vice-governadores (6%), comentadores (6%), diversos³², com 6%, os ministros e secretários de Estado, com 5%. Em último lugar estão sindicalistas, com 4%, as entidades policiais, com 4%, os deputados (4%) e o Papa com 3%.

³² Neste item, os diversos são: o representante do ACNUR em Angola; o Administrador municipal de Viana; o juiz provincial de Mbanza Congo; o Embaixador de Angola na Polónia e um activista cívico.

Percentagem de intervenientes (nov.)

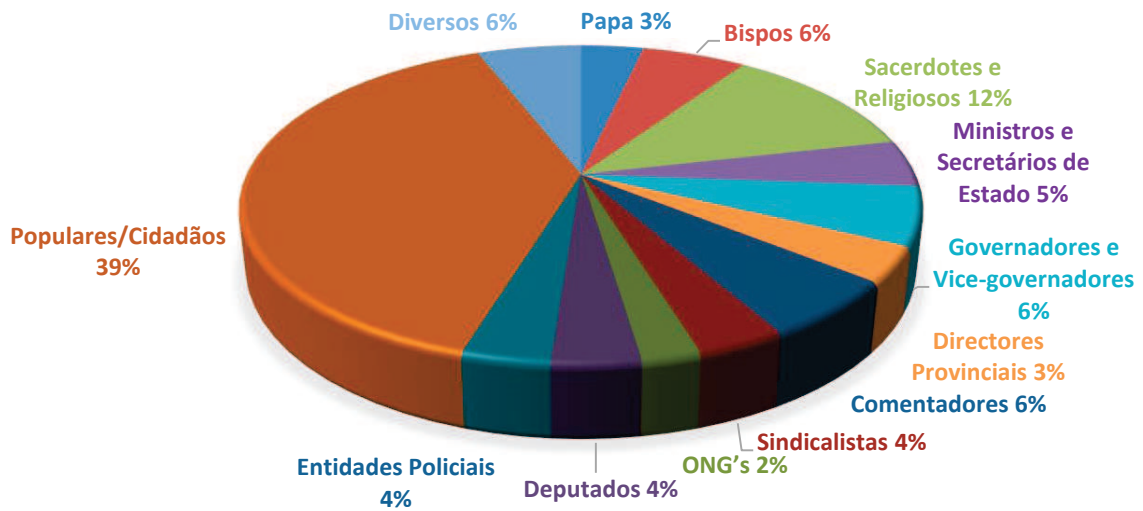


Gráfico 15 - Percentagem de intervenientes (JN) Novembro

No bloco de Abril, os populares também são os primeiros da lista, com 38% de intervenções. Em segundo lugar estão os sacerdotes e religiosos, com 18%, seguindo-se os bispos e os comentaristas, com 11% e 9% de intervenções, respectivamente. Nos lugares seguintes estão colocados os sindicalistas (5%) e diversos (5%)³³; enquanto, nos últimos espaços estão o Papa e os directores provinciais com a mesma percentagem para cada um deles: 4%. Nos últimos lugares estão colocados dois partidos de oposição, com 3%, e dois governadores, com 3%.

³³ Nesta secção, os diversos são: um deputado; o embaixador de Angola em Portugal; o representante da União Europeia; um Activista Cívico e um membro de uma Organização Não Governamental.

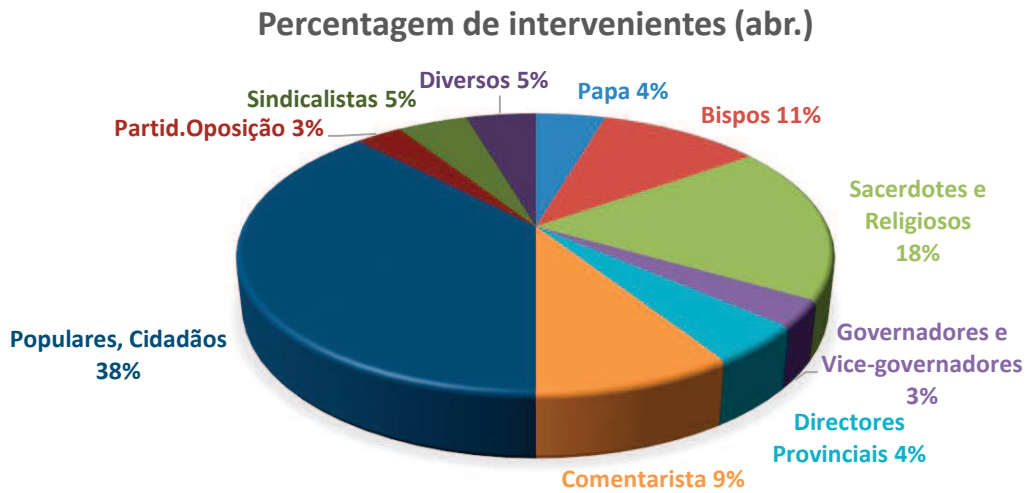


Gráfico 16 - Percentagem de intervenientes (JN) Abril

No conjunto dos dois blocos analisados, os populares apresentam-se nos dois lugares cimeiros, com 39% em Novembro e 35% em Abril. Em segundo lugar estão as entidades eclesiais (sacerdotes e religiosos), com 18% e 39%, respectivamente.

Portanto, e como já referido, a RE afirma-se como uma rádio católica popular, a julgar pela interação que ela promove com o público ouvinte nos radiojornais. A RE assume-se assim como “a voz da Igreja” companheira fiel, conciliadora e aberta ao diálogo. Inúmeras reportagens incluem a *vox populi*. Tal é igualmente confirmado por dados que demonstram que a RE conquistou a estima, simpatia e a confiança da população, sendo uma das emissoras «mais influentes e proeminentes» do contexto radiofónico angolano (Comeford, *ibidem*:75) e uma das «mais importantes fontes de informação alternativa» (BBC Word Service Trust, *ibidem*:16).

Como acima referido, as notícias do Vaticano relativas aos principais acontecimentos da Igreja e às actividades do Papa são fornecidas pela Rádio Vaticano para serem radiodifundidas, através das emissoras católicas. Este procedimento visa dar cumprimento às orientações do Primeiro Congresso das Rádios Católicas (2008). Neste particular, a RE é uma das emissoras nas quais o pontífice, os prelados, os clérigos e os leigos mantêm uma presença ininterrupta e significativa para abordar questões de índole variada, mas sobretudo do foro social e religioso, nalguns casos de maneira exclusiva em todo o radiojornal (JN5.4.2017). Assim, a RE cumpre a

sua missão de «agente de informação e formação» e *medium* de utilidade pública que promove o diálogo e a concertação (McLeish,1999:10; João Paulo II,1982; CP, n°s 29 e 75).

Sublinhamos, enfim, a promoção do parecer da Igreja, com o apoio dos “comentaristas residentes”, não apenas sobre temáticas estritamente religiosas (Padre Jerónimo Kahinga, sobre o Advento, JN 25.11.2016; Padre Adelino Moma, JN 5.4.2017, sobre a Semana Santa), mas também sobre questões políticas (Padre Belmiro Tchissengueti, apelando ao patriotismo no combate à corrupção, JN 21.11.2016) e sociais (Irmã Emiliana Bundo, sobre a partilha de responsabilidades na melhoria do ensino em Angola, JN 23.11.2016). A prestação de sacerdotes e religiosos foi prevista pela instrução pastoral CP para benefício da opinião pública (n°106). Porém, este documento deixa claro que, em geral, as intervenções de membros do clero são consideradas pela opinião pública como intérpretes dos pontos de vista da Igreja. Por conseguinte, a responsabilidade deste serviço diz respeito ao «conteúdo das suas declarações» e à maneira de as expressar (n°154). A RE também faz recurso a especialistas leigos para tratamento de assuntos específicos como o desporto (José Correia, JN 21.11.2016; Dinho Soares, JN 25.11.2016) e outros temas de natureza sócio-política (Reginaldo Silva, 21.11.2016; Albino Pakissi, JN 3.4.2017; Josué Chilundulo, JN 5.4.2017). Ao proceder desta forma, a RE obedece às orientações da Igreja sobre o recurso a «peritos» em matérias que não são do seu inteiro domínio (CP,n°186). O objectivo é esclarecer e valorizar as notícias, tendo em conta a fidelidade das narrativas (CP, n°s 38,39,76).

4.4. Considerações Finais

A concluir este 4º capítulo dedicado ao estudo empírico da nossa dissertação, apresentamos e relevamos as seguintes considerações finais:

1.Os indicadores temáticos **globais** demonstram a preponderância do noticiário social (40% e 41%) e religioso (30% e 40%) nos dois blocos. Estes dados evidenciam a responsabilidade social da RE com base nos valores doutrinários. Esta estatística também denota obediência às directrizes eclesiais de produção informativa no apoio à expansão do Evangelho: «A Igreja é notícia» em todos os radiojornais.

2.Os indicadores **temáticos** revelam o tratamento de uma diversidade de temas sociais e religiosos com particular realce para os assuntos catequético-doutrinários com igual percentagem em ambos os blocos (24%). Estamos perante uma rádio generalista que se dirige a um público

heterogéneo em virtude da sua identidade: rádio católica popular de serviço público, cuja vocação é a educação socio-religiosa.

3.Os indicadores relativos ao **tom** revelam uma produção informativa mais virada para as notícias negativas, nos dois blocos (41%), mas com uma diferença exígua em relação às notícias de tom positivo (36% e 34%). Esta tendência pode ser compreendida tendo em conta a crise económica vigente no país e extensiva a todos os sectores sociais. Porém, propomos um equilíbrio da agenda noticiosa tendo em conta a existência de realizações, apesar da crise vigente; e a necessária aposta na «comunicação construtiva» proposta pelo Papa Francisco (2017) com o fito de se ajudar a encarar o futuro com confiança, projectando soluções para os problemas noticiados.

4.Os registos atinentes aos **géneros** jornalísticos adoptados (nos dois blocos) patenteiam as preferências da RE pela reportagem (46% e 50%). Estes resultados mostram uma aposta na descrição testemunhada e “directa” dos acontecimentos pelos repórteres. Porém, a análise meticulosa de algumas peças divulgadas (sobretudo de temáticas sociais de tom negativo) ajudou a descortinar a existência de insuficiências, mormente a ausência do contraditório e de acompanhamento jornalístico. Ora, o jornalismo católico (evangelizador) é orientado a apoiar a melhoria das condições de vida das populações e a promoção da justiça social por via de uma informação justa e verdadeira: «prioridade da pessoa sobre as coisas» (João Paulo II, 1982); «jornalismo plenamente humano» (Papa Francisco, 2016); conferir credibilidade ao discurso eclesial, através das práticas das emissoras católicas com destaque para a produção noticiosa.

5.Os indicadores de **âmbito** manifestam uma relativa supremacia das notícias de círculo provincial (39% e 43%) sobre as de âmbito nacional (39% e 40%). Estes dados indicam uma preocupação virada para a vida interna do país, numa dinâmica do jornalismo de proximidade; mas também um certo desinteresse pela actualidade internacional (17% e 13%), expresso pela edição de notícias brevíssimas, extraídas da internet e sem registo sonoro.

6.Os indicadores sobre as **regiões** denotam uma produção que beneficia a província de Luanda (56% e 45%). A razão parece óbvia: a RE é apenas ouvida em Luanda pelas razões acima referidas. A solução, diríamos, de “remedeio” tem sido o investimento na webrádio e no *podcasting* com um triplo propósito: facilitar o acesso a conteúdos ao ouvinte sem tempo para seguir a emissão em directo; dar oportunidade ao ouvinte do interior “proibido” de ouvir a RE; e facilitar a audição do radio-ouvinte expatriado. Esta solução que também visa “encontrar” e

informar o cibernauta visa apoiar a erradicação da “info-exclusão”. Contudo, esta solução além de audaciosa é irrealizável para o ouvinte da “Angola profunda” que, além de iletrado, não dispõe de recursos financeiros para adquirir o *smartphone* conectado à internet. Portanto, impedido de ouvir as emissões regulares da sua própria rádio, o ouvinte e cristão católico da RE, no interior do país, continuará excluído e desinformado!...

7.Os dados relativos às **fontes** de informação atestam maior preferência pelas fontes eclesiais (15% e 30%) e oficiais (22% e 17%). As motivações relacionadas com a opção pelas fontes eclesiais parece evidente: a RE é católica. As fontes oficiais também constam entre as mais requeridas porque, como acima referido, a Igreja sempre procurou lidar com as instituições legalmente estabelecidas para solicitar informação, embora confrontando-as com fontes particulares (entidades não oficiais, sindicatos, empresas, partidos políticos), que neste estudo se posicionam em terceiro lugar (19% e 15%). O objectivo é conferir credibilidade à informação noticiosa.

8.Os indicadores numéricos sobre os **intervenientes** demonstram os populares como os mais interventivos e proactivos (39% e 38%); secundados pelas intervenções do papa, bispos, sacerdotes e religiosos (12% e 18%). Estes dados sugerem diversas ilações: a Ecclesia é uma rádio popular, «influyente e proeminente» (Comeford, 2005:75) que cria oportunidade e abre espaço para “fazer falar” o povo; é uma «rádio de confiança» que se tornou numa das mais importantes fontes de informação alternativa (*BBC world Trust Service*, 2009:16). Os indicadores das intervenções também ajudam a inferir que a RE é uma emissora onde a intervenção do pontífice, prelados, clérigos e dos leigos visa três finalidades: conferir a devida mediatização à actividade apostólica do Papa; promover o parecer da Igreja sobre assuntos sociais e doutrinários; e fazer recurso a “especialistas” para tratamento de assuntos não doutrinários.

CONCLUSÃO

Ao apresentarmos os objectivos da nossa pesquisa, explicámos que a nossa pretensão era aprofundar a compreensão dos critérios éticos de produção noticiosa definidos pela Igreja nos media católicos; perceber a perspectiva evangélica da Igreja sobre os media, confrontando-a com novos desafios impostos pelo contexto mediático actual. E mais dissemos que o nosso propósito era analisar o contributo da RE na evangelização de Angola, através da produção noticiosa; e investigar o contexto histórico-ecclesial que deu origem à aceitação e integração formal da rádio na acção evangelizadora da Igreja. Em suma, a nossa motivação primordial era saber de que maneira é que a missão evangelizadora da Igreja estava presente na produção noticiosa da RE, que é, na verdade, a nossa pergunta de partida. No fim do nosso estudo, gostaríamos de salientar alguns aspectos que nos parecem relevantes, nesta investigação.

Com efeito, a produção da notícia evangelizadora é uma das diversas atribuições dos media da Igreja. No exercício da sua missão a rádio católica obedece, quer aos diversos parâmetros definidos pelo código deontológico do jornalismo; quer aos critérios éticos propostos pela Igreja, com base nos preceitos eclesiais de produção informativa. Desde logo, a difusão da doutrina cristã (pensamento social católico e catequese bíblico-teológica) e a divulgação da acção missionária católica *ad gentes*, isto é, o trabalho da Igreja junto das populações locais. Assim, a rádio católica informa o público sobre o perfil e a Mensagem da Igreja, numa linguagem jornalística perceptível pelo público ouvinte. O outro preceito definido pela Igreja, no âmbito da evangelização através da notícia, é o compromisso e o envolvimento da rádio católica a favor dos Direitos Humanos, mormente dos mais desfavorecidos por meio de uma produção noticiosa que dê voz e vez às pessoas, grupos e povos silenciados ou ignorados por outros media que têm preferências por temáticas atinentes à riqueza material e ao poder político (AN, 1992: n.ºs 4 e 5). O objectivo desta *démarche* é trazer os mais carenciados para o centro das preocupações nacionais, despertando e sensibilizando as instituições do Estado a não se esquecerem dos pobres (Papa Francisco, 2014). Portanto, aos critérios de noticiabilidade definidos por *Harcup e O'Neill* (2016), propomos que se acresça o “Clamor dos Pobres” que, inúmeras vezes, se perde no descaso e no mutismo de quem os ignora. Trata-se de um valor notícia que consideramos particularmente relevante aplicado a uma rádio que visa a evangelização nos moldes definidos pela Igreja. Assim, o silêncio dos mais desfavorecidos passa então a ser uma fonte de

informação. Todos estes critérios eclesiais supracitados constituem um contributo da Igreja quer para o progresso das ciências da comunicação e para o desenvolvimento do jornalismo, quer para o processo de humanização da produção noticiosa.

Dos diversos padrões e exigências da produção informativa definidos pela ética jornalística e assumidos pela Igreja, sublinhamos a competência profissional, a verdade, o rigor, a justiça informativas e a consequente fuga do sensacionalismo (CP, nº75; João Paulo II, 1982; AN,nº6;Chimweizu, 2016:423-425;Papa Francisco,2017). Desta forma, a rádio católica conquistará e garantirá a confiança e a credibilidade da sociedade civil. Decerto, é também em obediência a esta orientação que a CEAST definiu o lema da RE como «Uma Rádio de Confiança». Outro preceito adoptado pela Igreja consiste numa produção informativa que visa o serviço público. A rádio católica é orientada a investir na educação social com o intuito de apoiar a formação de uma opinião pública crítica que contribua para uma sociedade plural e democrática. Este propósito baseado na doutrina social da Igreja pode ser conseguido através da participação dos fiéis no debate público sobre questões socio-religiosas. De facto, e como sublinha H. Corazza, a competência profissional, o compromisso ético e a abertura à sociedade conferem à rádio católica a credibilidade necessária quer junto do público ouvinte quer dos sectores da própria Igreja (2004: 274).

Embora as infracções aos padrões éticos e técnicos não possam ser relativizadas sob o risco de se romper a confiança entre o jornalista e o público (Dines,1996:23), em nosso entender, os ouvintes da RE parecem ter percebido que certos desacertos registados na produção noticiosa, não sendo premeditados, terão resultado de insuficiências humanas e de carências profissionais. Estas limitações - que devem ser superadas com a formação académica, a experiência profissional e o empenho individual e institucional - não nos parece comprometerem o perfil e o papel da RE de veículo do pensamento, das directrizes e da doutrina da Igreja, reconhecidas, aliás, pelo próprio governo angolano como sua primeira parceira social (CEAST, 2016). A RE tem criado espaço e oportunidades para que cidadãos, populares, grupos, sensibilidades, actores sociais e instituições oficiais do Estado e do Governo se pronunciem sobre diversos factos noticiados ou a noticiar. É um radiojornalismo que procura respeitar a ética profissional, apostando no serviço público, na educação social e na defesa dos Direitos Humanos, mormente dos mais desfavorecidos; ao contrário de determinados órgãos de informação que divulgam notícias da “periferia” apenas quando as suas acções são moral e socialmente reprováveis (Wolf,

ibidem:254). Apesar das deficiências acima referidas, a RE é também «advogada» das populações que a ela recorrem para intermediar conflitos entre as pessoas e instituições, especialmente neste tempo de crise económica.

Dos paradigmas acima referidos podemos inferir que, a par dos demais media eclesiais, a rádio católica é um instrumento de reforço da Igreja no anúncio e na expansão do Evangelho. Porém, os critérios orientadores da Igreja em relação à produção informativa, além de não serem técnicos mas éticos e não se dirigirem a cada *medium* em especial, visam acautelar possíveis deslizamentos do processo de comunicação por meio da evangelização dos próprios media para que respeitem o ser humano e os seus direitos. Esta prestação abarca diversos propósitos. A começar, a determinação de uma ética dos media. Trata-se de um conjunto de pilares e «exigências prementes de carácter ético» (João Paulo II, 1982) que favorecem a protecção de pessoas mais frágeis contra os excessos dos media: publicidade danosa, cumplicidade com os poderes dominantes e exercício de um jornalismo que alimenta injustiças e conflitos. Além disso, na RE, como em qualquer *medium* católico, a produção informativa e o investimento no aumento da audiência não visam objectivos prioritariamente financeiros, mas evangelizadores: quanto mais ouvintes estiverem sintonizados, maior será o número de pessoas a ouvir a doutrina cristã. Desta forma, a rádio católica se assume como essencialmente generalista, apostando na diversificação dos seus serviços e conteúdos informativos, não apenas para conquistar e «garantir» audiência a favor dos programas religiosos como afirmava Dom Moisés Pinho (ECA, 1970), mas para propósitos mais abrangentes e actualizados. Com efeito, nesta era da civilização tecnológica, os media produzem uma cultura que influencia os cidadãos na sua vida privada e nas suas atitudes colectivas. A Igreja, através da rádio (e dos demais media), é orientada a evangelizar a cultura mediática que molda o indivíduo e a sociedade em que vive. Além do mais, a Igreja se apresenta às grandes multidões para as evangelizar. Ela investe na abordagem de diferentes temáticas que interessam o ser humano. Não se limitando a tratar de temáticas «religiosas, devocionais e doutrinárias», a Igreja aposta na diversificação da sua programação informativa, por via da análise de conceitos «genéricos e inclusivos» para alcançar as pessoas e as comunidades eclesiais, visando promover uma sociedade mais justa e solidária (Corazza, *ibidem*).

O contexto mediático africano ajudou-nos a perceber as dificuldades ligadas ao exercício da radiodifusão, mormente no que respeita ao seu papel social, tendo em conta o rigoroso controlo e domínio dos sistemas políticos sobre a radiodifusão, cujos interesses distorcem as

noções de igualdade de direitos, direito à informação, verdade e justiça informativa. Ao recomendar que a Igreja adquirisse os seus próprios media, o Papa João Paulo II (1982) percebeu que, nalguns contextos, os media perderam influência e liberdade educativa por terem sido subornados pelos poderes políticos dominantes, cujo propósito é uniformizar a sociedade, manipular a opinião pública e reforçar as relações sociais de dominação (AN,1992, ibidem).

Este estudo também revelou a necessidade urgente de investimento da webrádio católica. Com efeito, a aposta da Igreja na RE como instrumento privilegiado de evangelização de Angola deveria ser reforçada e consolidada com a promoção da sua visibilidade, não apenas através da vinculação de acontecimentos relacionados com a “imagem” da própria estação e o *modus vivendi* do seu público, mas também por via do investimento na webrádio da Ecclesia. Ora, a promoção da participação do webouvinte da RE é um projecto que necessita de uma revitalização estrutural, com a criação de um departamento específico de gestão de conteúdos do *site* que inclua, não apenas registos sonoros de informação e programação geral, mas também vídeos. Além disso, a interação com o público ouvinte, através da webrádio com links para as redes sociais como o *Facebook*, o *Youtube* e o *Twitter* - *shareability* - (Harcup e O’Neill,2016), pode influenciar a produção noticiosa. Estes procedimentos, além de serem técnicas de promoção da imagem da rádio, também estão enquadrados nas orientações da própria Igreja que recomenda a presença dos media católicos na Internet (CPCS, 1997; Bento XVI, 2013). Este exercício pode ser concretizado com recurso ao *podcasting* que oferece aos ouvintes a possibilidade de reproduzir programas disponíveis no site da rádio. O objectivo é fazer reviver aos ouvintes os momentos fortes da história da emissora, num ambiente *newmediático* em contínua reconfiguração e renovação.

A nossa investigação propõe um investimento na contínua formação técnico-profissional dos radialistas. Com efeito, sendo a rádio um *medium* que promove a “intimidade” entre locutor e interlocutor, a RE deveria apostar e investir mais nos profissionais polivalentes da rádio. O editor procura pela notícia, verifica-a e selecciona-a. É um especialista da escrita, mas também possuidor de uma «voz» capaz de testemunhar, explicar, entrevistar e, inclusive, com habilidades para a selecção e montagem de registos sonoros. Ora, a RE regista ainda alguma escassez de profissionais polivalentes, cuja missão é fazer o ponto de actualidade e de actualização constante das notícias, durante o qual, o imprevisto é o mestre do imprevisto. A própria Igreja faz repetidas recomendações à direcção dos media católicos para que apostem e invistam na qualificação

técnico-profissional dos seus jornalistas empenhados na pastoral da comunicação (IM,15; CP,111,113; AN,18). Trata-se de um investimento estratégico de empatia e fidelização dos ouvintes que ajudará a corrigir os “erros profissionais” acima referidos. Num contexto radiofónico luandense que se vai tornando cada vez mais diversificado, exigente, tenso e intenso, as carências profissionais (vulgo, “amadorismo”) podem patrocinar a fuga de ouvintes para outras sintonias, beliscando ou comprometendo o processo de evangelização através da rádio.

A nossa pesquisa também ajudou a depreender o esforço da RE na democratização e harmonização da sua produção noticiosa por meio da diversificação das fontes de informação, apesar das limitações acima referidas. Este procedimento tem permitido descobrir vários ângulos de eventos noticiados, sobretudo por se tratar de uma rádio generalista que definiu uma programação noticiosa diversificada para um público ouvinte tão díspar. É recomendável, porém, que a Ecclesia incentive os seus ouvintes a assumir um papel mais activo e proactivo no processo de comunicação, inclusive da sua produção noticiosa: julgar criticamente as notícias recebidas, confrontando-as com outras fontes. Trata-se de «legítimas e justas objecções» previstas pelos próprios documentos da Igreja (MP, 1957:118-121). É uma opção que pode ser assumida por uma associação de ouvintes (CP, 1971:82-83), a exemplo da Associação dos Amigos da Rádio Ecclesia.

Finalmente, é necessário que se removam os entraves impostos pelo governo em relação à expansão da RE. Com efeito, a grande limitação desta emissora, quanto à nós, é, sem dúvidas, a audiência circunscrita à província de Luanda. É deveras deplorável que este ingente esforço de produção informativa, de nível nacional, levado adiante pela RE, seja um trabalho para tão pouca audiência. Esperemos que, num contexto de diálogo difícil, os bispos da CEAST consigam convencer o governo a desfazer os bloqueios políticos e jurídicos para que a RE seja ouvida em toda a Angola. A proposta do governo de distribuir frequências locais para futuras rádios diocesanas pode ser encarada como razoável, tendo em conta a imensa extensão do território angolano (1.246.700 Km²), inclusive para uma cobertura integral de qualidade em frequência modulada. Porém, uma proposta do género, exigiria de cada um dos bispos das 19 dioceses, um grande esforço de investimento técnico-profissional e financeiro. De resto, a questão da expansão da RE é uma batalha que continua agora com duas frentes activas: a frente do diálogo com o governo no «respeito das leis do país» (CEAST, 2016); e a frente da oração reafirmada na assembleia dos bispos de Março de 2017 (Nota Pastoral CEAST, 2017).

BIBLIOGRAFIA

1. LIVROS

ALBERT, P & TUDESQ, A.J (1981), *História da Rádio e da Televisão*. Lisboa: Editorial Notícias.

ALVES, A (1983), «Meios de Comunicação Social», in *Enciclopédia Luso-Brasileira da Sociedade e do Estado*, São Paulo: Verbo.

AZÉMARD, G (2013), *100 Notions pour le crossmédia et le transmédia*, Paris: Les Éditions de l'Immatériel.

BASÍLIO, A (1971), Création de «Radio Ecclesia» de Luanda, Provisão (8-XII-1955), in *Spiritana Monumenta Historica*, Series Africanas, Angola, vol.V (1904-1967). Editions E.Nauwelaerts-Louvain, 950-952.

BALLY, D (1998), *Prefácio*, in BROUSSEAU, J. I & SOUCIN, J, *Jornais e Rádio em África nos séculos XIX e XX*, Lisboa: Inde.

BARBEIRA, F. P. (2010), *Magistério da Igreja e meios de comunicação social: no Vaticano II e em João Paulo II*, Lisboa: Paulus.

BELEAU, A. F. (1973), *La rádio: introduction a un medio desconocido*, Madrid: Guadiana.

BELTRÃO, L (2006), *Teoria e Prática do Jornalismo*, São Paulo: Edições Omnia.

BERGER, I, P & LUKMANN, T (1997) (14ª ed), *A Construção Social da Realidade: Tratado de Sociologia do Conhecimento*. Petrópolis: Vozes.

BLOIS, M. M (2004), «Rádio Educativo: uma escola de vida e de cidadania», in A.B, FILHO, A.PIOVESAN, R.BENETON (org); *RÁDIO, Sintonia do Futuro*, S. Paulo: Paulinas, pp. 147-176.

BOATENG, E (2015), «O Papel da Informação na Promoção do Económico da África Subsariana», in MAKGOBA, M.W (org); *Renascença Africana: A Nova Luta*, Luanda: Edições Mulemba; Lisboa: Edições Pedagogo, pp.437-449.

BOLTER & GRUSIN (2001), *Remediation: Understanding New Media*, Cambridge: The MIT Press.

BOORSTIN, D. J (1987), *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*, New York: Atheneum.

BROUSSEAU, J. I & SOUCIN, J (1998), *Jornais e Rádio em África nos séculos XIX e XX*, Lisboa: Inde.

CAMERFORD, M. G (2005), *O Rosto Pacífico de Angola: Biografia de um Processo de Paz (1991-2002)*, Luanda: edição do autor.

- CASCAIS, F (2001), *Dicionário de Jornalismo, as palavras dos media*. Lisboa-São Paulo: Verbo.
- CASIMIRO, S (2013), *Madres, Padres e a Devida Vénia: Roteiro para Correspondentes da Rádio Ecclesia e Jornalistas de Assuntos Religiosos*. Luanda: XANACHEL editora.
- CHIMWEIZU (2015), «Para uma Comunicação Social da Renascença Africana», in MAKGOBA, M.W (org); *Renascença Africana: A Nova Luta*, Luanda: Edições Mulemba; Lisboa: Edições Pedagogo, pp. 415-426.
- CORAZZA, H (2004), «O Lugar da Religião no Rádio», in A. B. FILHO, A. PIOVESAN e R. BENETON (org); *Rádio, Sintonia do Futuro*; S. Paulo: Paulinas, pp. 257-276.
- COSTA, M. P & MORENO, E (2004), *Programación Radiofónica*. Barcelona: Ariel.
- COVIE, M. N (2006), «O Papel da Rádio em Angola», in *ecos da lusofonia: 7 anos de rádios em cooperação* (org), Lisboa: Fundação Evangelização e Culturas, pp. 44-46.
- DA COSTA, C. F (1970), *Cem Anos dos Missionários do Espírito Santo em Angola (1866-1966)*, Nova Lisboa, Angola: edição do autor.
- DA CRUZ, J. C (2002), *Introdução ao Estudo da Comunicação: Imprensa, Cinema, Rádio, Televisão, Redes Multimédia*; Lisboa: Universidade Técnica de Lisboa, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas.
- DE PINHO, D. M. A (1956), «Ofício ao Governador Geral de Angola sobre a erecção canónica da Rádio Ecclesia» (5.04.1956).
- DE PINHO, M. A (1979), *MEMÓRIAS, Recordações duma vida que o Senhor quis longa*, Lisboa: Imprimax-Artes Gráficas.
- DIÁRIO DA REPÚBLICA POPULAR DE ANGOLA (1978), *Presidência da República, Decreto n.º 5/78 de 24 de Janeiro*, sobre a extinção e nacionalização da Rádio Ecclesia-Emissora Católica de Angola.
- DINES, A *et al*, «O Rigor da notícia e a ética jornalística/relacionamento com as fontes», in *Colóquio O Rigor da Notícia* (23.05.1996), Porto: Alta Autoridade para a Comunicação Social.
- EMISSORA CATÓLICA DE ANGOLA (1970), *16º Aniversário 1954-1970, 8 de Dezembro 1970*, Lisboa: Lito Oficinas de São José.
- EMISSORA CATÓLICA DE ANGOLA (1955), entrevista ao Padre José Maria Pereira (29.10.1955), in *O Apostolado*, Número Comemorativo do XX Aniversário; Ed. Propriedades e Edição da direcção das Missões Católicas.
- FILHO, C, M (2009) (org), *Dicionário da comunicação*, São Paulo: Paulus.
- FONTCUBERTA, M (2010), *A Notícia: Pistas para Compreender o Mundo*, Lisboa/Alfragide: Casa das Letras.
- FREIXO, M. J. V (2004), *Teoria e Modelos de Comunicação*, Lisboa: Instituto Piaget.

- GABRIEL, M.N. (1980), *D. Moisés Alves de Pinho e os Bispos de Congo e Angola*, Braga: Portalegre.
- GAILLARD, P (1996), *Technique du journalisme: que sais-je?* Paris: Presses Universitaires de France.
- GANS, P (s.d.), *A Reportagem em Rádio e Televisão*, Lisboa: Editorial Inquérito.
- GRUNDY, B (2008), *Então, Quer ser Jornalista?*, Lisboa: editorial Bizâncio.
- HARCUP, T & O'NEILL, D (2001), What is News? Galtung and Ruge revisited, in *Journalism Studies*, 2:2, 261-280.
- HARCUP, T & O'NEILL, D (2016), What is news? in *Journalism Studies*, DOI: 10.1080/1461670X.2016.1150193.
- ILHARCO, F (2014), *Pós-sociedade: a sociedade pós-literária, pós-nacional, pós-democrática e pós-ocidental*, Lisboa: Imprensa Nacional - Casa da Moeda.
- LEWIS, P & BOOTH, J (1992), *El Medio Invisible*, Barcelona: Paidós.
- LIPOVESKY G (1992), *Le crépuscule du devoir*, Paris: Gallimard.
- LIVRO DE ESTILO (2005), *O Público*, Lisboa: Comunicação social, SA.
- MAESENEER, P. D (2000), *À vous l'Antenne: Précis de Journalisme Radio*, Paris: Nouveaux Horizons.
- MARTÍ, J. M. M (1990), *Modelos de Programación Radiofónica*, Barcelona: Feed-back ediciones.
- MARTINS, L. P. (2001), *Schiu...está aqui um jornalista*, Lisboa: Editorial Notícias.
- MARTINS, M. J. D (1962), *Rádio Ecclesia, Sete Anos ao Serviço de Deus e da Pátria*, Luanda: Gráfica Portugal, Lda.
- MARTINS, N. B. S. (2000), *Cristo, O Comunicador Perfeito: delineamento de uma teologia da comunicação à luz da Instrução Pastoral Communio et Progressio*, Lisboa: Didaskália.
- MATUMONA, M (2009), *Os Media na Era da Globalização: Para uma sociologia do jornalismo angolano*, Uije-Angola: Sedipu.
- MCLEISH, R (1999), *Radio Production: a manual for broadcasters* (fourth ediction), Oxford: Focal Press.
- MELO, J, M (2005), *Comunicação eclesial: utopia e realidade*, São Paulo: Paulinas.
- MENESES, J. P (2003), *Tudo o que se passa na TSF. Para um livro de estilo*, Porto: Notícia editorial.

- MONTEIRO, A *et al* (2012), (org), *Fundamentos da comunicação* (2ªedição), Lisboa: Edições Sílabo.
- MORAES, J (2005), *A Formação Cidadã do Jornalista no Brasil: um estudo de caso da formação do jornalista na USP*. Dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação - Escola de Comunicação e Artes da Universidade de São Paulo.
- MOREIRA, A. C. (1995), *Jornalismo e Evangelização: estudo sobre o “jornal dos jornais” da Rádio Aparecida*, Monografia (Pós-produção *lato sensu*), Serviço à pastoral da comunicação, São Paulo.
- MUNYANEZA, J (1999), «Milles Collines, The Killing Radio», in *Hate Media, Peace Media, 30 Years of Cameco*; Special Edition, pp. 35-40.
- MWAURA, P (1980), *Les politiques de la Communication du Kénya*, Unesco: Paris.
- NEVES, T (2012), *Angola, Justiça e Paz nas intervenções da Igreja Católica (1989-2002)*, Lisboa: Texto.
- O APOSTOLADO (2003), «Rádio Ecclesia mais próxima das províncias» (2003), Nova Série, Ano I, Agosto, nº3.
- PEREIRA, I (1955), *Pe José Maria Pereira, um Benemérito de Angola*, Bragança: “Mensageiro de Bragança”/Escola Tipográfica do Patronato de Sto António.
- PERUZZO, C. M. K (2002), «Ética, Liberdade de Imprensa, Democracia e Cidadania», in *Revista Brasileira de Ciências de Comunicação*, volume XXV, nº2, São Paulo: Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação, pp. 71-88.
- REIS, A. I (2015), *O Áudio nas Cibernotícias das Rádios*, Porto: Editora Media XXI
- PICARD, R. G (2013), *Criação de valor e o futuro das organizações jornalísticas: por que motivo e como o jornalismo deve mudar para se manter relevante no século XXI*, Porto: Editora Média XXI.
- PONTE, C (2004), *Leituras das Notícias: contributos para uma análise do discurso jornalístico*. Lisboa: Livros Horizonte.
- PUNTEL, J. T(2010), *Comunicação: diálogo dos saberes na cultura midiática*, S.Paulo: Sepac/Paulinas.
- PUNTEL, T, J (2005), *Cultura midiática e Igreja: uma nova ambiência*, São Paulo: Sepac/Paulinas.
- RIBEIRO, N (2001), «Momentos Marcantes na História da Rádio Renascença (1937-1987)», in *Revista Para o Observatório para a História da Rádio em Portugal*, nº 4 Novembro de 2001, pp. 99-112.
- RIBEIRO, N (2002), *A Rádio Renascença e o 25 de Abril*, Lisboa: Universidade Católica Editora.

RIBEIRO, N (2005), *A Emissora Nacional nos Primeiros Anos do Estado Novo 1933-1945*, Lisboa: Bond/Quimera.

RIBEIRO, N (2014) Broadcasting to the Portuguese Empire in Africa: Salazar's singular broadcasting policy, *Critical Arts: South-North Cultural and Media Studies*, 28:6, 920-937, DOI:10.1080/02560046.2014.990630.

RIBEIRO, N (2016), «O Discurso Sobre os Novos Media: Utopia e Disrupção», in SARDICA, J. M (org), *Orações de Sapiência: Faculdade de Ciências Humanas 2001-2016*, Lisboa: Universidade Católica Editora, pp. 203-213.

RODRIGUES, L, M, F (2015), «*O Digital no Serviço da Fé: Formar para uma Oportunidade. Estudo sobre o lugar da Web na formação contínua dos catequistas*». Tese apresentado à Universidade Católica Portuguesa para o grau de Doutor em Teologia, especialidade de Teologia Prática.

SANTOS, R (2010), *Do Jornalismo aos media: Estudo sobre a realidade portuguesa*. Lisboa: Universidade Católica Editora.

SCARDINO, A (1998), «Acesso às fontes de informação na prática jornalística nos EUA», in *Colóquio, Abril, 1998*, Lisboa: edição da Alta Autoridade para a Comunicação Social.

SCHUDSON, M (1999), *Le Pouvoir des Media: journalisme et démocratie*; Paris: Nouveaux Horizons.

SCHULTE, H. H & DUFRESNE, M. P (1999), *Pratique du Journalisme*, Paris: Nouveaux Horizons.

SECRETARIADO DO CONSELHO DE MINISTROS (1992), Decreto nº 101/04.40.30/SPS/SCM/91 que anula a decisão que nacionalizou as instalações da Rádio Ecclesia (26.02.92).

SEPAC - Serviço à Pastoral da Comunicação (2012), *Mídias Digitais: Produção de Conteúdos para a web*, São Paulo: Paulinas.

TRAQUINA, N. (2007), *O que é Jornalismo*, Lisboa: Quimera.

UNESCO (1962), *Le développement des Moyens d'Information en Afrique: Presse, Radio, Film, Télévision; Études et Document d'Information*, nº37, pp. 25-29.

VOLKOFF, V (2000), *Pequena História da Desinformação: do cavalo de troia à internet*, Lisboa: editorial Notícias.

WOLF, M. (2003), *Teorias da Comunicação*, Lisboa: Presença.

2. DOCUMENTOS DA IGREJA

Concílio Ecuménico Vaticano II (1998), Declaração *Nostra Aetate* sobre as Relações da Igreja com as Religiões não Cristãs, Coimbra, Gráfica de Coimbra, pp. 633-666.

Concílio Ecuménico Vaticano II (1998), Decreto *Ad Gentes Divinitus* sobre a Actividade Missionária da Igreja, Coimbra, Gráfica de Coimbra, pp. 498-553.

Concílio Ecuménico Vaticano II (1998), Decreto *Christus Dominus* sobre o Múnus Pastoral dos Bispos da Igreja, Coimbra, Gráfica de Coimbra, pp. 305-339.

Concílio Ecuménico Vaticano II (1998), Decreto *Gravissimum Educationis* sobre a Educação Cristã, Coimbra, Gráfica de Coimbra, pp. 613-631.

Concílio Ecuménico Vaticano II (1998), Decreto *Inter Mirifica* sobre os Meios de Comunicação Social, Coimbra, Gráfica de Coimbra, pp. 578-592.

Concílio Ecuménico Vaticano II (1998), Decreto *Unitatis Redintegratio* sobre o Ecumenismo, Coimbra, Gráfica de Coimbra, pp. 555-576.

Congregação para a Educação Católica, “Orientações para a Formação dos Futuros Sacerdotes”, in DARIVA, Noemi (org), *Comunicação Social na Igreja: Documentos Fundamentais* (2003), São Paulo: Paulinas, pp. 137-159.

Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais (2006), *Communio et Progressio* sobre os Meios de Comunicação Social (4ª edição), São Paulo: Paulinas.

Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais, «Ética na Internet» (2002), in DARIVA, Noemi (org), *Comunicação Social na Igreja: Documentos Fundamentais* (2003), São Paulo: Paulinas, pp. 269-283.

Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais, «Ética na Publicidade» (1997), in DARIVA, Noemi (org), *Comunicação Social na Igreja: Documentos Fundamentais* (2003), São Paulo: Paulinas, pp. 209-227.

Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais, «Igreja e Internet» (2002), in DARIVA, Noemi (org), *Comunicação Social na Igreja: Documentos Fundamentais* (2003), São Paulo: Paulinas, pp. 253-267.

Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais, «Pornografia e Violência nos Meios de Comunicação Social, uma Resposta Pastoral» (1989), in DARIVA, Noemi (org), *Comunicação Social na Igreja: Documentos Fundamentais* (2003), São Paulo: Paulinas, pp. 161-172.

Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais, «*Aetatis Novae* sobre os Meios de Comunicação Social no 20º aniversário da *Communio et Progressio*» (1992), in DARIVA, Noemi (org), *Comunicação Social na Igreja: Documentos Fundamentais* (2003), São Paulo: Paulinas, pp. 183-208.

Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais, «Critérios de Colaboração Ecuménica e Inter-Religiosa no Campo das Comunicações Sociais», in *Acta Apostolicae Sedis*, 37 (1989), nº 96-100.

Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais, «Ética na Comunicação Social» (2000), in DARIVA, Noemi (org), *Comunicação Social na Igreja: Documentos Fundamentais* (2003), São Paulo: Paulinas, pp. 229-252.

Papa Bento XVI (2011), Verdade, anúncio e autenticidade de vida na era digital, Mensagem para o 45º Dia Mundial das Comunicações Sociais, in *l'Osservatore Romano*, ed. em Português, 29.01.2011, nº 5.

Papa Bento XVI (2013), «Redes Sociais: Portais de Verdade e de Fé; Novos Espaços de Evangelização», in Secretariado Nacional das Comunicações Sociais (2016), *Dia Mundial das Comunicações Sociais: 50 Mensagens de Paulo VI a Francisco*, Lisboa: Paulus, pp. 329-335.

Papa João Paulo II (1979), *Catechesi Tradendae*, in DARIVA, Noemi (org), *Comunicação Social na Igreja: Documentos Fundamentais* (2003), São Paulo: Paulinas, pp. 459-466.

Papa João Paulo II (1980), Papel das Comunicações Sociais e Deveres da Família, Mensagem para o 14º Dia Mundial das Comunicações Sociais, in *l'Osservatore Romano*, ano IX, nº 20.

Papa João Paulo II (1981), «*Familiaris Consortio*», in DARIVA, Noemi (org), *Comunicação Social na Igreja: Documentos Fundamentais* (2003), São Paulo: Paulinas, pp. 461-463.

Papa João Paulo II (1982a), «Discurso aos representantes dos Meios de Comunicação Social da Espanha», in *l'Osservatore Romano*, ano XIII, nº 46.

Papa João Paulo II (1982b), «Discurso à Assembleia Plenária do Pontifício Conselho para as Comunicações Sociais», in *l'Osservatore Romano*, ano XIII, nº 47.

Papa João Paulo II (1988), *Christifideles Laici*, in DARIVA, Noemi (org), *Comunicação Social na Igreja: Documentos Fundamentais* (2003), São Paulo: Paulinas, pp. 464-466.

Papa João Paulo II (1990), «*Redemptoris Missio*», in DARIVA, Noemi (org), *Comunicação Social na Igreja: Documentos Fundamentais* (2003), São Paulo: Paulinas, pp. 467-470.

Papa João Paulo II (1995), *Ecclesia in Africa*, in DARIVA, Noemi (org), *Comunicação Social na Igreja: Documentos Fundamentais* (2003), São Paulo: Paulinas, pp. 471--477.

Papa João Paulo II (1996), *Vita Consecrata*, in DARIVA, Noemi (org), *Comunicação Social na Igreja: Documentos Fundamentais* (2003), São Paulo: Paulinas, pp. 478-480.

Papa João Paulo II (1997), Discursos aos Representantes da Imprensa Estrangeira, in *l'Osservatore Romano*, nº5, edição portuguesa de 12.4.1997.

Papa Paulo VI (1967), Os Meios de Comunicação Social, Mensagem para o 1º Dia Mundial das Comunicações sociais, in DARIVA, N (org) «*Comunicação Social na Igreja: Documentos fundamentais*», Noemi Dariva (org), São Paulo: Paulinas, pp. 289-292.

Papa Paulo VI (1975), «Evangelii Nuntiandi», in DARIVA, Noemi (org), Comunicação Social na Igreja: Documentos Fundamentais (2003), São Paulo: Paulinas, pp. 451-458.

Papa Pio XI (1936), Vigilanti Cura, in DARIVA, Noemi (org), Comunicação Social na Igreja: Documentos Fundamentais (2003), São Paulo: Paulinas, pp 19-32.

Papa Pio XII (1957)., Miranda Prorsus, in DARIVA, Noemi (org), Comunicação Social na Igreja: Documentos Fundamentais (2003), São Paulo: Paulinas, pp. 33-65.

SECRETARIADO NACIONAL DAS COMUNICAÇÕES SOCIAIS (2016), Dia Mundial das Comunicações Sociais: 50 Mensagens de Paulo VI a Francisco, Lisboa: Paulus.

3. WEBGRAFIA

Andrzej Koprowski, “Las radios católicas en las sociedades civiles”, en el Congreso de Radios Católicas, in <http://es.catholic.net/op/articulos/50140/cat/159/las-radios-catolicas-en-las-sociedades-civiles.html>; (consultado a 3.4.2016).

ANGELA, M, Lee & CHYI, H. Iris (2015), «The Rise of online new aggregators: Consumption and Competition», *International Journal on Media Management*, http://www.academia.edu/10339781/The_rise_of_online_news_aggregators_consumption_and_competition (consultado a 22.11.2016).

CONFERÊNCIA EPISCOPA DE ANGOLA E SÃO TOMÉ (2015), “Nota de Esclarecimento sobre a Não Expansão do Sinal da Rádio Ecclésia a todas as Dioceses de Angola”, <http://apostoladoangola.org/nota-de-esclarecimento-sobre-a-nao-expansao-do-sinal-da-radio-ecclesia-a-todas-as-dioceses-de-angola> (Acesso a 15.11.2015).

CONFERÊNCIA EPISCOPAL DE ANGOLA E SÃO TOMÉ (2003), “Nota Pastoral sobre o Dia Nacional da Rádio Ecclésia (12.10.2003)”,

<http://www.agencia.ecclesia.pt/noticias/internacional/angola-bispos-lamentam-discriminacao-do-governo-em-relacao-a-radio-ecclesia-emissora-catolica> (Acesso a 30.12.2016).

CONFERÊNCIA EPISCOPAL DE ANGOLA E SÃO TOMÉ (2017), <http://apostoladoangola.org/mensagem-da-ceast-as-eleicoes-2017> (acesso a 21.4.2017).

CORAZZA, H, «A Missão das radios catolicas», <http://www.paulinas.org.br/sepac/pt-br/?system=paginas&action=read&id=1675> (acesso, 8 de Fevereiro de 2017).

<http://pt.radiovaticana.va/quem-somos> (consultado a 19.12.2016).

<http://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/black-out/9708> (Consultado a 3.03.2017).

<https://www.significados.com.br/noticia> (acedido a 3.11.2016).

HUMAN RIGHT WATCH (1999), “Angola Unravels: The rise and fall of the Lusaka Peace Process, HRW: New York, Washington, Brussels, London”, <https://www.hrw.org/reports/pdfs/a/angola/angl998.pdf> (Acesso a 29.12.2016).

MARQUES, R. M (2014), «Ecclesia: a Rádio da Igreja Católica ou do Governo», in <https://www.makaangola.org/2014/03/ecclesia-a-radio-da-igreja-catolica-ou-do-governo> (Acesso: 25.2.2017).

MENEZES, J.P (2007), «Os Equívocos da Rádio Generalista: Reflexões sobre a Rádio em Espanha e nos Estados Unidos, passando por Portugal», in *Observatório Journal*, 1 pp. 027-054: <http://obs.obercom.pt/index.php/obs/article/download/47/49> (Acesso a 12.01.2017).

Papa Francisco (2016), “Comunicação e misericórdia, um encanto fecundo”, Mensagem para o 50º Dia Mundial das Comunicações Sociais:

https://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco_20160124_messaggio-comunicazioni-sociali.html (Acesso a 18.11.2016).

Papa Francisco (2017), «Não Tenhas Medo, que eu estou Contigo»(Is 45,5). Comunicar a Esperança e Confiança no Nosso Tempo», Mensagem para o 51º Dia Mundial das Comunicações Sociais (28.05.2017), in

https://w2.vatican.va/content/francesco/pt/messages/communications/documents/papa-francesco_20170124_messaggio-comunicazioni-sociali.html (Acesso a 8.03.2017).

Papa João Paulo II, “Discurso aos Representantes da Imprensa Estrangeira”,

https://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/pt/speeches/1982/may/documents/hf_jp-ii_spe_19820522_stamp-internazionale.html (consultado a 16.11.2016).

Papa João XXIII, “Carta Apostólica sob forma de Motu Próprio *BONI PASTORES*”,

<http://w2.vatican.va/content/john-xxiii/pt> (consultado a 13.11.2016).

Papa Leão XIII, “Encyclical *Cum Multa*”, on conditions in spain, 8.12.1882:

https://w2.vatican.va/content/leo-xiii/en/encyclicals/documents/hf_l-xiii_enc_08121882_cum-multa.html (Acesso a 25.11.2015).

Papa Pio XII (1957), «Miranda Prorsus», Carta Encíclica sobre a cinematografia, a Rádio e a

Televisão in http://w2.vatican.va/content/pius-xii/pt/encyclicals/documents/hf_p-xii_enc_08091957_miranda-prorsus.html (Acesso a 26.11.2016).

Pontifício Conselho «Justiça e Paz», «Compendio da Doutrina Social da Igreja»,

http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/justpeace/documents/rc_pc_justpeace_doc_20060526_compendio-dott-soc_po.html (acesso a 17.11.2016).

TAMAYO, J. M (2016), «Ideias e ações para um Plano de Comunicação na Igreja Católica em Portugal - JNCS2016», https://www.youtube.com/watch?v=mFi_02Js-40 (data de consulta: 07-10-2016).

VIEIRA, B.T, *O Conteúdo Religioso em Radiojornais de Emissoras Católicas in Intercom - Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação*

<http://portalintercom.org.br/anais/sudeste2013/resumos/R38-1012-1.pdf> (consultado a 19.12.2016).

VOLKOFF, Vladimir, «Petite histoire de la désinformation »,

<http://www.scriptoblog.com/index.php/notes-de-lecture/sociologie/901-petite-histoire-de-la-desinformation-vladimir-volkoff>;

<http://www.neotrouve.com/?p=794#c11H8URsTwsX39Fk.99> (consultado a 12.11.2016).

Anexo 1 – Provisão de Ereção Canónica da Rádio Ecclesia

CRÉATION DE «RADIO ECCLESIA» DE LUANDA

(8-XII-1955)

SOMMAIRE — *Motivation de la création de l'Emetteur Catholique d'Angola. — Son programme d'action.*

PROVISAO

Ao Rev.^{mo} Clero e aos Fiéis, Nossos diocesanos, Saúde, Paz e Bênção em Nosso Senhor Jesus Cristo.

Sendo hoje em dia a Rádio, além de grande meio de informação, verdadeira escola de renovação cristã, surgiu, no decorrer do Ano Mariano, a ideia de se fundar em Angola uma Emissora Católica que diariamente levasse, aos que residem nas cidades como aos que se encontram nos mais afastados recantos do sertão, mensagens de luz, reconforto e estímulo.

Posta a circular, tal ideia encontrou o melhor acolhimento.

Pedida a devida autorização, dignou-se o Ministério do Ultramar despachar favoravelmente, em termos reveladores da mais alta compreensão e simpatia, por reconhecer que a Emissora em vista podia vir a ter uma função altamente civilizadora.

A fim de ficar, realmente, a constituir digno remate das solenes comemorações Marianas em Angola, fez-se a primeira emissão, com grande alegria de todos, no dia 8 de Dezembro de 1954.

Desde então, não obstante a deficiência das suas instalações e a fraca potência dos emissores, vem trabalhando diàriamente por forma a dar satisfação a quantos por ela se interessaram.

Graças a facilidades concedidas pela Casa Americana, L.^{da}, e à boa compreensão do público, há fundadas esperanças de poder trabalhar, dentro em breve, nas condições desejadas: em estúdios próprios e condignos, devidamente apetrechados, e com emissores que cubram perfeitamente Angola dum extremo ao outro.

Havemos, pois, por bem determinar e determinamos:

1.º — É fundada Rádio Ecclesia, Emissora Católica de Angola, propriedade das Dioceses desta Província.

2.º — São seus fins:

a) Assegurar convenientes programas radiofónicos em todo o território de Angola;

b) Exercer acção apologética e de catequese cristã;

c) Servir de instrumento de cultura e educação moral e cívica.

3.º — Rádio Ecclesia será regida por Estatutos aprovados pelos Prelados de Angola.

4.º — Rádio Ecclesia será dirigida e administrada por uma Direcção de três membros anualmente nomeada pelos Prelados de Angola, sendo um Presidente, outro Vice-presidente e outro Tesoureiro.

5.º — Ao Presidente — e na sua ausência ou impedimento, ao Vice-presidente — compete a representação oficial de Rádio Ecclesia e a execução das deliberações da Direcção.

Registe-se e publique-se em «O Apostolado».

Dada em Luanda, aos 8 de Dezembro de 1955, festa da Imaculada Conceição de Nossa Senhora.


† *Moisés, Arcebispo de Luanda e Bispo de S. Tomé*

† *Daniel, Bispo de Nova Lisboa e Administrador Apostólico de Sá da Bandeira*

† *António Ildefonso, Bispo de Silva Porto*

BEAST, 1953-1957, p. 117-118.

Anexo 2 – Decreto de Nacionalização da Rádio Ecclesia (Decreto n.º 5/78 de 24 de Janeiro)



DIÁRIO DA REPÚBLICA

ÓRGÃO OFICIAL DA REPÚBLICA POPULAR DE ANGOLA

Toda a correspondência, quer oficial, quer relativa a anúncios e assinaturas do «Diário da República», deve ser dirigida à Administração da Imprensa Nacional de Angola, em Luanda, Caixa Postal 1306; — End. Teleg.: «Imprensa».

ASSINATURAS

	Ano
As três séries	Kz 1350.00
A 1.ª série	Kz 500.00
A 2.ª série	Kz 300.00
A 3.ª série	Kz 450.00

O preço dos anúncios é de Kz 22.00 a linha, acrescido do respectivo imposto do selo, dependendo a sua publicação do depósito prévio a efectuar na Tesouraria da Imprensa Nacional de Angola.

Preço deste número — Kz 2.00

ADMINISTRAÇÃO DA IMPRENSA NACIONAL

—
Aviso

Para conhecimento dos Ex.^{mos} assinantes se comunica que a Imprensa Nacional só poderá atender reclamações sobre faltas de entrega do «Diário da República» e seus suplementos, quando sejam apresentadas dentro de um mês, contado das datas do «Diário» e suplementos reclamados, tratando-se de assinantes do País, e de três meses, contados de igual modo, tratando-se de assinantes do estrangeiro.

SUMÁRIO

Presidência da República

Decreto n.º 5/78:
Extingue a «Emissora Católica de Angola — Rádio Ecclesia» e nacionaliza todo o seu activo e passivo, ficando afectos à Rádio Nacional de Angola.

Ministério dos Transportes

Despacho n.º 43/78:
Determina que a Estação de Serviço «Shell» sita na cidade da Cabala, fique sob controlo estatal, à responsabilidade do Delegado do Ministério dos Transportes na Província de Cuanza-Sul.

PRESIDÊNCIA DA REPÚBLICA

—
Decreto n.º 5/78
de 24 de Janeiro

O artigo 7.º da Lei Constitucional determina que a República Popular de Angola é um Estado laico, havendo uma completa separação entre o Estado e

as instituições religiosas. Todas as religiões serão respeitadas e o Estado dará protecção às igrejas, lugares e objectos de culto, desde que se conformem com as leis do Estado.

Por outro lado, a «Resolução sobre os Fundamentos das Relações M. P. L. A. — Estado e da Reestruturação do Aparelho de Estado», aprovada na 3.ª Reunião Plenária do M. P. L. A., afirma no ponto 8.º da Parte I: «Dado o seu carácter rigorosamente partidário, a função de propaganda da orientação do M. P. L. A., dos discursos dos dirigentes e das tarefas da Revolução, bem como a orientação e controlo dos meios de difusão de massas que até agora vêm a ser feitos pelo Ministério da Informação, caberá ao aparelho de informação e propaganda do Comité Central do M. P. L. A.;

Pela conjugação das disposições atrás citadas, facilmente se infere que não é possível a existência e funcionamento, de emissoras de rádio de propriedade particular e ao serviço de uma Igreja;

O monopólio da informação deverá pertencer, no nosso país, ao Partido, de acordo com os princípios constitucionais e com as resoluções do Comité Central;

2) A «Emissora Católica de Angola — Rádio Ecclesia» foi criada no âmbito da «Concordata» celebrada entre Portugal e a Igreja Católica. Trata-se de um acordo que em nada vincula a República Popular de Angola, porquanto contém disposições em contradição com o citado artigo 7.º da Lei Constitucional;

Continuando esta estação emissora a funcionar nos moldes permitidos pela Concordata, torna-se necessário integrá-la no aparelho da informação e propaganda do M. P. L. A. — Partido do Trabalho, a fim de aplicar as determinações do Comité Central, fazendo também respeitar o princípio da igualdade de todas as religiões e pondo ao serviço da Revolução mais uma unidade de comunicação social;

Nestes termos:

Ao abrigo do artigo 42.º da Lei Constitucional e no uso da faculdade conferida pela alínea e) do arti-

go 32.º da mesma lei, o Governo decreta e eu promulgo o seguinte:

ARTIGO 1.º

(Nacionalização)

1. É extinta a Emissora Católica de Angola e nacionalizado todo o seu activo e passivo.

2. Os valores referidos no número anterior serão afectos à Rádio Nacional de Angola.

ARTIGO 2.º

(Pessoal)

1. O pessoal técnico que actualmente presta serviço na «Emissora Católica» deve manter-se nos seus postos de trabalho, até as instruções que serão superiormente dimanadas através da Direcção da Rádio Nacional.

2. O corpo da direcção da «Emissora Católica de Angola» cessa imediatamente as suas funções.

ARTIGO 3.º

(Publicidade)

São dados por extintos todos os contratos de publicidade celebrados entre a Emissora Católica e as empresas privadas.

ARTIGO 4.º

(Interpretação e integração de lacunas)

As dúvidas suscitadas na aplicação do presente decreto serão resolvidas pelo Ministério das Finanças.

ARTIGO 5.º

(Vigência)

Este decreto entra imediatamente em vigor.

Promulgado em 25 de Janeiro de 1978.

Publique-se.

O Presidente da República, ANTÓNIO AGOSTINHO NETO.

MINISTÉRIO DOS TRANSPORTES

Despacho n.º 43/78

Considerando que a estação de Serviço SI na cidade da Gabela, pela actividade que de se encontra compreendida no âmbito dos Tran

Considerando que a referida firma se encontra donada pelo seu proprietário desde Julho de

Considerando que, pelas suas características reveste de interesse para os Transportes e havendo necessidade de a colocar sob controlo

Ao abrigo do Decreto-Lei n.º 128/75, de 7 de Junho, determino:

1. Que fique sob controlo estatal a Estação de Serviço Shell.

2. Que o controlo estatal seja exercido pelo Delegado do Ministério dos Transportes na Província de Namalusa.

3. O contencioso resultante da aplicação do presente despacho será resolvido pelo Ministério dos Transportes após compilação dos elementos jurídicos e factuais que habilitem este Ministério a proferir o seu parecer final.

4. Para os efeitos do disposto no ponto anterior deverá o delegado do Ministério dos Transportes na cidade da Gabela, enviar a este Ministério relatório circunstanciado no prazo máximo de sessenta dias contados a partir da publicação deste despacho.

Ministério dos Transportes, em Luanda, 18 de Janeiro de 1978. — O Ministro, *Fernando Faustino de Azevedo*.

Anexo 3 – Projecto de decreto de anulação da nacionalização da Rádio Ecclesia



REPUBLICA POPULAR DE ANGOLA

SECRETARIADO DO CONSELHO DE MINISTROS

C/C
A IGREJA CATÓLICAÀ SUA EXA
- SECRETÁRIO DE ESTADO DA CULTU-
RA
Dr. JOSÉ ADELINO PEIXOTO

- L U A N D A -

S/ referência:

S/ comunicação:

N/ referência:

Caixa Postal:

Nº 301/04.40.30/SPS/SCM/91

ASSUNTO: PROJECTO DE DECRETO QUE ANULA A
DECISÃO QUE NACIONALIZOU AS INS-
TALAÇÕES DA RÁDIO ESCOLA.

Aprevitamos a oportunidade para apresentar
os nossos cumprimentos.

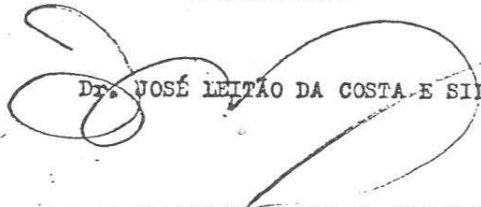
Cumpe-me informar que a Comissão Permanente
do Conselho de Ministros na sua 5ª Sessão Extraordinária
dos dias 18 e 19 de Fevereiro de 1992, ao analisar o do-
cumento sobre o assunto em epígrafe, decidiu o que a se-
guir se transcreve:

-"Anular a decisão tomada naquela altura
com vista à devolução daquele imóvel a
Igreja Católica."

CORDIAIS SAUDAÇÕES

SECRETARIADO DO CONSELHO DE MINISTROS, em
Luanda, aos 26.02.92

O SECRETÁRIO


 Dr. JOSÉ LEITÃO DA COSTA E SILVA

Anexo 4 – Grelha de Programas da Rádio Ecclesia (Fevereiro / 2017)



GRELHA DE PROGRAMA - 2017

Hora	2ª Feira	3ª Feira	4ª Feira	5ª Feira	6ª Feira
06:00	Oração	Oração	Oração	Oração	Oração
06:15	Manhã Ecclesia	Manhã Ecclesia	Manhã Ecclesia	Manhã Ecclesia	Manhã Ecclesia
6:30	Síntese Informativa / O mundo em Notícias				
7:00	Jornal às 7h				
7:30	Desporto	Manhã Ecclesia	Fórum	Crónica: Visão Jornalística	Análise Desportiva
8:00	Revista de Imprensa	Conexão Benguela	Fórum	Manhã Ecclesia	Análise Desportiva
9:00	Síntese				
9:05	Tempo de Antena	Tempo de Antena	Tempo de Antena	Desafiando o Silêncio	LUANDA ESCOLAR
10:00	Informativo Religioso				
10:30	Revista da Manhã	Revista da Manhã	Revista da Manhã	Revista da Manhã	Revista da Manhã
11:00	Síntese				
11:10	Revista da Manhã	LUCERE	Revista da Manhã	Revista da Manhã	Revista da Manhã
11:50	Bíblia/Angelus				
12:00	Jornal da Tarde				
12:30	Fora de Campo				
13:00	Suavíssimo	Suavíssimo	Discurso Directo	Suavíssimo	Discurso Directo
14:00	Magazines Diocesanos				
15:00	Síntese Informativa				
15:10	Kais FM	Kais FM	Kais FM	Kais FM	Kais FM
	Kais FM	Kais FM	Kais FM	Kais FM	Kais FM
16:00	Síntese Informativa				
16.10	Kais FM	Kais FM	Kais FM	Kais FM	
17:00	Kais FM	Kais FM	Kais FM	Kais FM	
17:05	Oiço tua Voz/ Cáritas em Acção	Letras Sagradas/ Catequese	Opinião Do Ouvinte (Reposição do Fórum)	A Caminho das Eleições	Desporto em Debate
18:00	Oração do Santo Terço/Ángelus Vespertino				
18:30	Jornal da Noite	Jornal da Noite	Jornal da Noite	Jornal da Noite / Visão Jornalística (Rep)	Jornal da Noite
19:00	Agenda Pública	Agenda Pública	Agenda Pública	Agenda Pública	Agenda Pública
19:15	Jornal Religioso				
20:00	A Voz do pastor	Gotas de Luz	Discurso	Gotas de Luz	Onda Sacra

			Directo Rep.		
21:00	Jornal do Vaticano			VÉRITAS	
21:30	Informativo das Paróquias				
22:00	Grande Informação				
23:05	Aconchego em Deus	Apostolado de Oração	Informativo: Ajuda Igreja que Sofre (Rep)	Música Variada	Música Religiosa
<i>Angelus</i>					
00:00	Angelus	Angelus	Angelus	Angelus	Angelus
01:00	Música Variada Religiosa	Mátria até 2:30	Música Variada	Magazine	Música Variada Religiosa
02:00	Gotas de Luz	Mátria	Letras	Doutrina Social Igreja	Caritas em Ação
03:00	Vaticano	Vaticano	Vaticano	Vaticano	Vaticano
04:00	Debate Informativo	Magazine	Apostolado de oração	Legião de Maria	Oiço a tua voz
05:00	Debate Informativo	Discurso Directo	Gotas de Luz	Legião Maria	Gotas de Luz
06:00	Oração Manhã	Oração Manhã	Oração Manhã	Oração Manhã	Oração Manhã
Horas					
	Sábado		Domingo		
00:00	Música Variada		Lusofonia		
01:00	Mátria		Música Religiosa variada		
02:00	Apostolado de oração		Oiço a tua voz		
03:00	Música Religiosa				
04:00	Caritas em Ação		Música Religiosa Variada		
05:00					
06:00	Oração da Manhã		Oração da Manhã		
06:15	Saudades Musicais		Palavra e Vida		
07:00	Jornal da Manhã		Jornal da Manhã		
07:30	Palavra e Vida		Informativo das Paróquias		
08:00	Ser Criança		Compacto Religioso		
08:30	Construindo Cidadania		Missa Dominical		
09:30	Música Variada		Lusofonia		
10:00	Debate Informativo				
12:00	Angelus		Angelus		
12:05	Jornal da Tarde		Jornal da Tarde		
12:40	Música Variada		12.30-13.30: Horizonte Juvenil		
13:00	13-14h: Mátria		13h30-14h00: Ser Criança		
14:00	África 7 Dias		14h00'-15.00': Show Gospel		
15:00	15h00'-16h00': Um pouco de mim e de ti		15h00': Frente Desportiva		
16:00	16h00'-17h00': Hip Hop Ecclesia				
17h00	17h00'-18h00: Renova Njila				
18:00	Santo Terço		Santo Terço		
18:30	Jornal da Noite		Jornal da Noite		
19:00	Show do Walter		Tukina		
20:00			Informativo AJUDA IGREJA SOFRE		
21:30	Jornal do Vaticano		Legião de Maria		
22:00	Raízes Regae		Clássico Ecclesia		
23:00	23:00-00:00: Zouk				

P. Augusto Epalanga



(Director de Informação)

P. Maurício A. Camuto



(Director Geral)

Anexo 5 – Logótipos Rádio Ecclesia



Figura 1- Logótipo Rádio Ecclesia em 1954



Figura 2- Logótipo Rádio Ecclesia em 1970



Figura 3 - Logótipo Rádio Ecclesia desde 1997

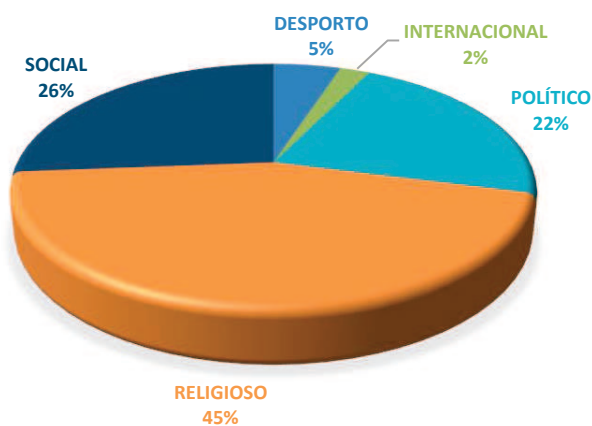
Anexo 6 – Tabelas e Gráficos da Análise de Conteúdo

Tabela 1 - JN - Dia 21 de Novembro de 2016

Indicadores globais	Tema	Tom	Interviente	Género	Região	Âmbito	Duração	Fonte
Religioso	Arquidiocese do Lubango, falecimento do Padre Cristiano Pehena (decano dos sacerdotes)	Negativo	D.Zacarias Kamwenho, Arcebispo Emérito do Lubango e padres Geraldês Namolo e Pio Wakussanga	Reportagem	Huíla	Provincial	00:03:16	Fonte Eclesial
Religioso	Papa Francisco agradece fiéis pelo sucesso da vivência do ano santo da misericórdia	Positivo	Papa Francisco	Reportagem	Roma, Itália	Internacional	00:00:56	Fonte Profissional
Religioso	Encerramento do Ano da Misericórdia na Diocese de Cabinda		D. Filomeno V. Dias (Administrador Apostólico de Cabinda)	Reportagem	Cabinda	Provincial	00:01:19	Fonte eclesial
Religioso	Missionários da Diocese do Lwena reflectem sobre o Papel do Educador na Sociedade	Positivo	4 missionários não identificados	Reportagem	Moxico	Provincial	00:02:31	Fonte eclesial
Religioso	Lançamento do livro: «A Lista de Bergoglio», sobre o Papa Francisco	Positivo	Nelo Scavo, jornalista e autor da obra	Reportagem	Luanda	Nacional	00:06:21	Fonte particular
Social	Chuvas desaloja moradores nos bairros Zango 5 e Futungo de Belas	Negativo	Porta-Voz dos moradores	Entrevista	Luanda	Provincial	00:01:33	Fonte particular
Social	Irregularidades no pagamento do consumo da electricidade condiciona novos investimentos do sector energético	Negativo	Domingos Ntoko, Director Provincial da ENE	Reportagem	Uije	Provincial	00:03:25	Fonte oficial
Social	Percurso histórico dos serviços de protecção civil e bombeiros, em debate no Namibe	Neutro	Rafael Salaquiel Samuel, 2º Comandante dos Bombeiros	Reportagem	Namibe	Provincial	00:03:28	Fonte oficial
Político	Analista Ecclesia sugere «Coragem e Patriotismo» no combate à corrupção	Positivo	Padre Belmiro Tchissengueti, comentarista da RE (imprensa)	Comentário	Luanda	Provincial	00:03:34	Fonte interna
Político	Manifestação Cívica contra a nomeação de Isabel dos Santos para directora da Sonangol	Negativo	Notícia (resumo do comunicado dos manifestantes)		Luanda	Nacional	00:03:26	Fonte particular
Desporto	Eleição do novo Presidente da Federação Angolana de Futebol	Neutro	José Correia, Comentarista para o desporto (RE)	Comentário	Luanda	Nacional	00:01:37	Fonte interna
Internacional	Mais de 140 vítimas mortais num acidente ferroviário na China	Negativo	Notícia sem RM	Notícia sem RM	China	Internacional	00:00:43	Internet
						Total	00:32:09	

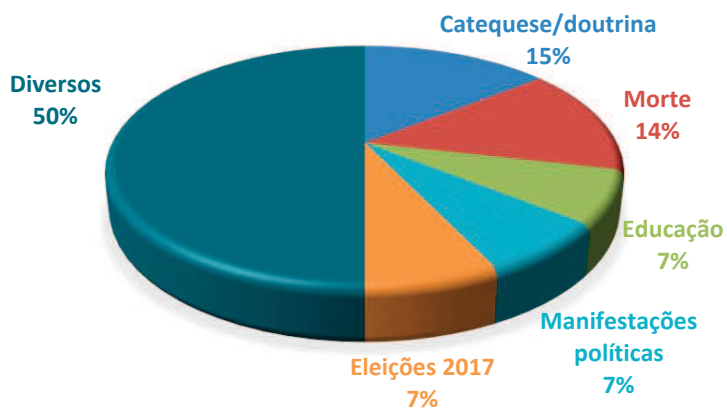
Indicadores temáticos globais

Indicadores Globais	Duração
Desporto	00:01:37
Internacional	00:00:43
Político	00:07:00
Religioso	00:14:23
Social	00:08:26
Total Geral	0:32:09



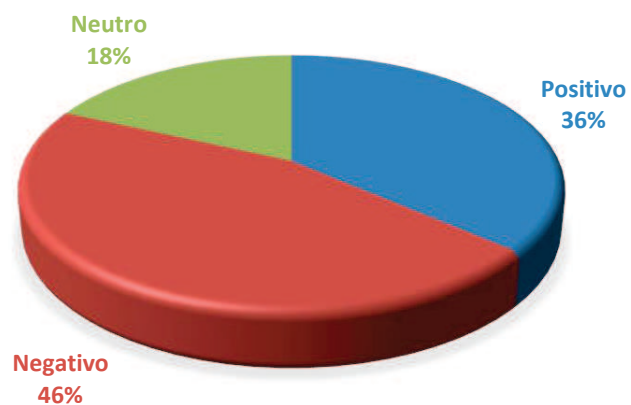
Indicadores relativos aos temas

Tema	Quantidade
Catequese/doutrina	2
Morte	2
Educação	1
Manifestações políticas	1
Eleições 2017	1
Diversos	7
Total Geral	14



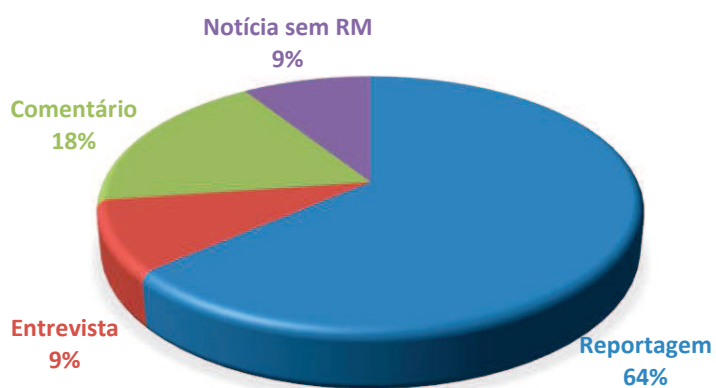
Indicadores relativos ao tom

Tom	Quantidade
Positivo	4
Negativo	5
Neutro	2
Total Geral	11



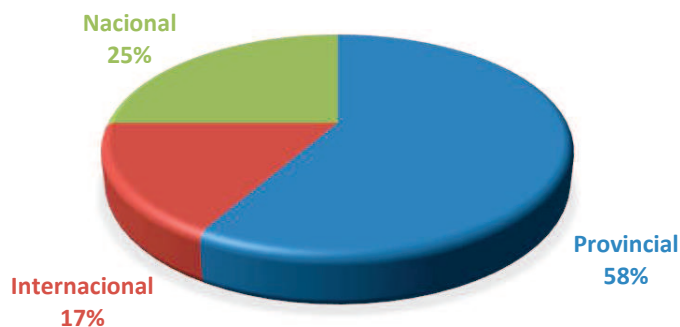
Indicadores relativos ao género noticioso adoptado

Género	Quantidade
Reportagem	7
Entrevista	1
Comentário	2
Notícia sem RM	1
Total Geral	11



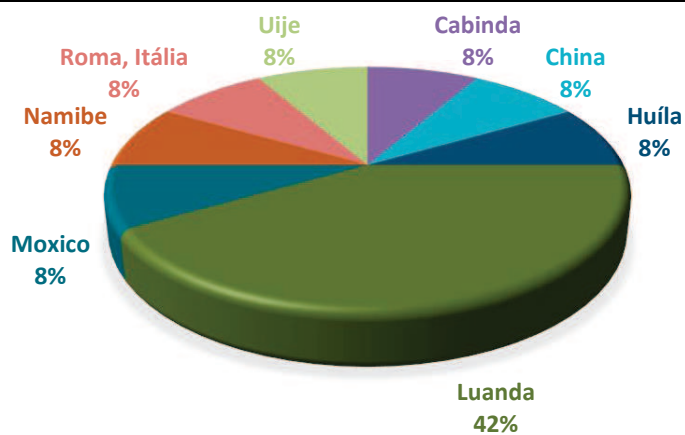
Indicadores relativos ao âmbito das notícias

Âmbito	Quantidade
Provincial	7
Internacional	2
Nacional	3
Total Geral	12



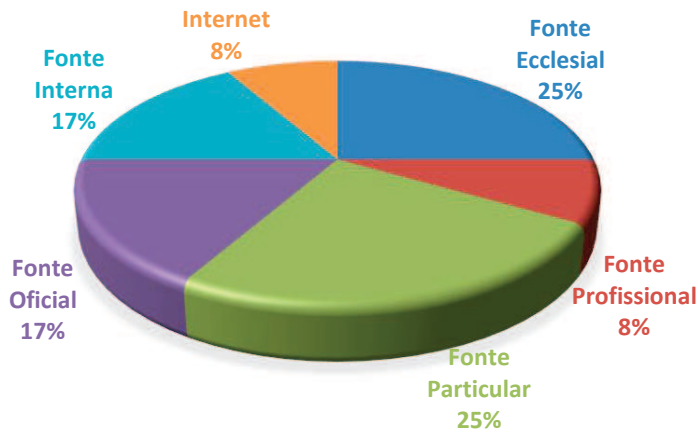
Indicadores relativos às regiões beneficiadas

Região	Quantidade
Cabinda	1
China	1
Huíla	1
Luanda	5
Moxico	1
Namibe	1
Roma, Itália	1
Uije	1
Total Geral	12



Indicadores relativos às fontes de informação

Fonte	Quantidade
Fonte Eclesial	3
Fonte Profissional	1
Fonte Particular	3
Fonte Oficial	2
Fonte Interna	2
Internet	1
Total Geral	12



Indicadores relativos aos intervenientes

Interveniente	Quantidade
Papa	1
Bispos	2
Sacerdotes e Religiosos	5
Directores Provinciais	1
Comentadores	2
Entidades Policiais	1
Populares/Cidadãos	2
Total Geral	14

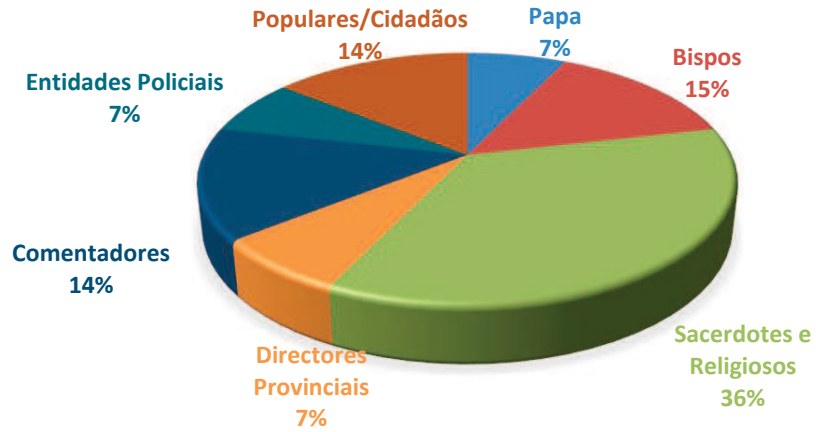
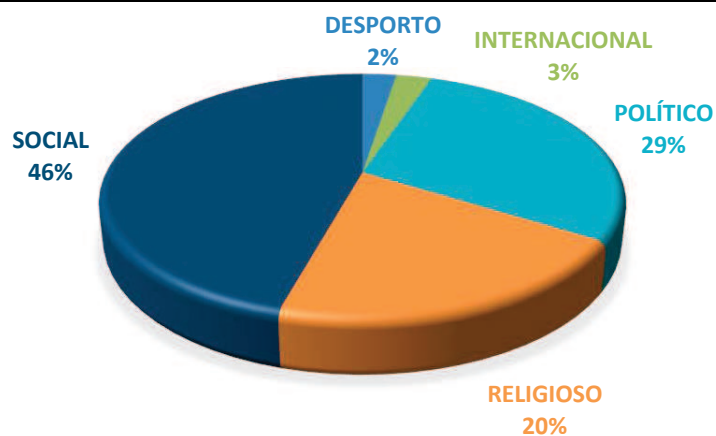


Tabela 2 - JN - Dia 22 de Novembro de 2016

Indicadores globais	Tema	Tom	Interviente	Género	Região	Âmbito	Duração	Fonte
Religioso	Papa Francisco institui «Dia Mundial dos Pobres»	Positivo	Papa Francisco	Reportagem	Roma, Itália	Internacional	00:02:15	Fonte Profissional
Religioso	Bispos da CEAST participam na 11ª plenária da IMBISA (Tanzânia) para análise da encíclica Laudate Si do Papa Francisco sobre o meio ambiente	Positivo	D. José Manuel Imbamba, Porta-voz da CEAST	Entrevista	Luanda	Regional	00:03:00	Fonte Eclesial
Social	7 crianças afogam-se em lagoa artificial criada pela empresa Teixeira Duarte no Bairro da Cerâmica (Luanda)	Negativo	Matias Bungo, Porta-voz dos Moradores	Entrevista	Luanda	Provincial	00:01:02	Fonte Particular
Social	Obras de requalificação da cidade do Sumbe retomadas em breve	Neutro	3 cidadãos, opiniões divergentes	Entrevista	Kwanza-Sul	Provincial	00:01:55	Fonte Oficial
Social	Cidade do Sumbe acolhe acto central alusivo ao Dia do Educador	Neutro	Mpinda Simão (Ministro da Educação) e Eusébio de Brito (Governador do Kwanza-Sul)	Reportagem	Kwanza-Sul	Nacional	00:02:08	Fonte Oficial
Social	«Aumento da rede escolar e qualificação profissional dos docentes», entre os objectivos do Ministério da Educação em Angola	Neutro	Ana Paula Inês (Secretária de Estado para o Ensino Geral)	Entrevista	Luanda	Nacional	00:00:43	Fonte profissional
Social	Níveis de absentismo entre os professores preocupam governador do Bié	Negativo	Álvaro de Boavida Neto (Governador do Bié)	Entrevista	Bié	Provincial	00:02:31	Fonte oficial
Social	Mais de 30 mil refugiados aguardam reconhecimento de estatuto de asilo pelo governo angolano	Negativo	Hans Lunshof, Representante do ACNUR em Angola e três refugiados (opinião)	Reportagem	Luanda	Nacional	00:03:25	Fonte oficial
Político	Activista político Dago Nivel Intellecto em liberdade depois de 8 meses de cadeia	Positivo	Dago Nivel Intellecto (Activista)	Entrevista	Luanda	Nacional	00:03:43	Fonte particular
Político	Tribunal de Contas denuncia descaminho de mais de 80 milhões de dólares pelo governo de Benguela	Negativo	Francisco Viana (Secretário Provincial do partido CASA-CE) e Isaac dos Anjos (Governador de Benguela)	Reportagem	Benguela	Provincial	00:03:39	Fonte Oficial e Fonte Partidária
Desporto	1º de Agosto vence segundo jogo do Play off da final do campeonato masculino de Hóquei em Patins	Neutro	Notícia sem RM	Notícia sem RM	Luanda	Nacional	00:00:39	Internet
Internacional	Número de doentes infectados pela SIDA duplica em cinco anos, afirma a ONUSIDA	Negativo	Notícia sem RM	Notícia sem RM	Luanda	Internacional	00:00:41	Internet
Total							00:25:41	

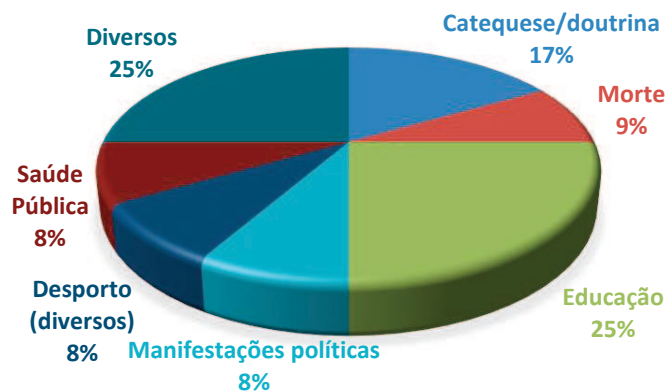
Indicadores temáticos globais

Indicadores globais	Duração
Desporto	00:00:39
Internacional	00:00:41
Político	00:07:22
Religioso	00:05:15
Social	00:11:44
Total Geral	0:25:41



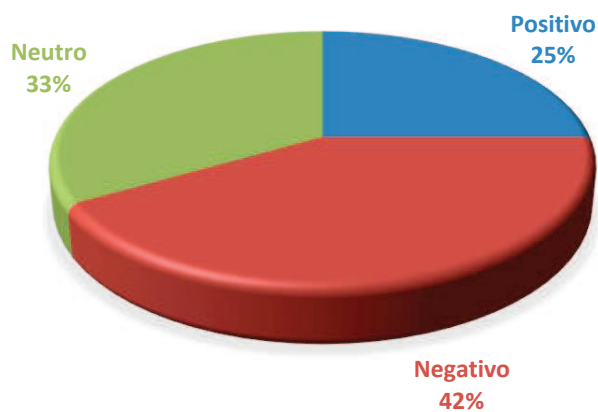
Indicadores relativos ao tema

Tema	Quantidade
Catequese/doutrina	2
Morte	1
Educação	3
Manifestações políticas	1
Desporto (diversos)	1
Saúde Pública	1
Diversos	3
Total Geral	12



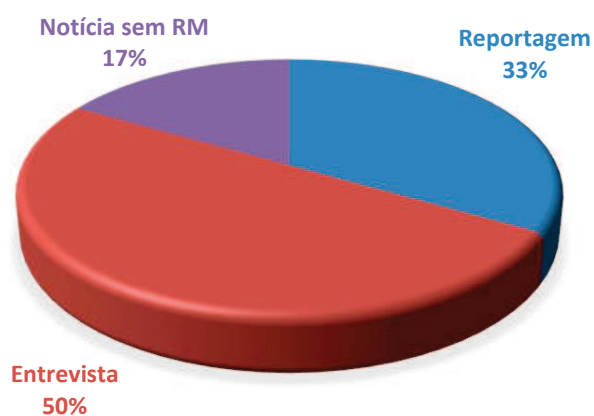
Indicadores relativos ao tom

Tom	Quantidade
Positivo	3
Negativo	5
Neutro	4
Total Geral	12



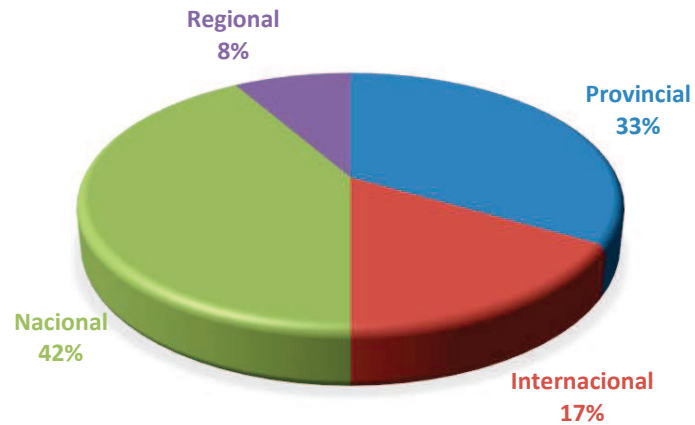
Indicadores relativos ao género noticioso adoptado

Género	Quantidade
Reportagem	4
Entrevista	6
Notícia sem RM	2
Total Geral	12



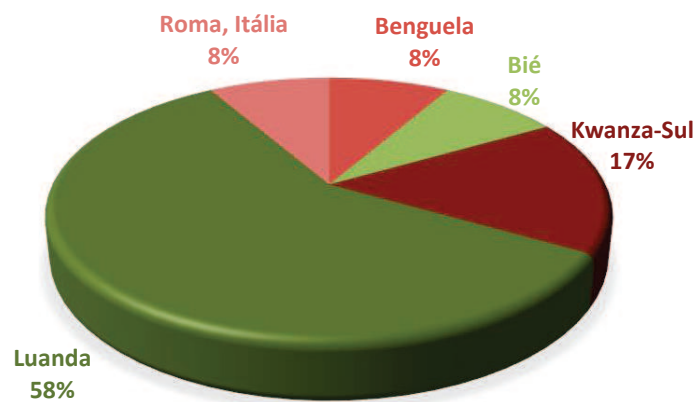
Indicadores relativos ao âmbito das notícias

Âmbito	Quantidade
Provincial	4
Internacional	2
Nacional	5
Regional	1
Total Geral	12



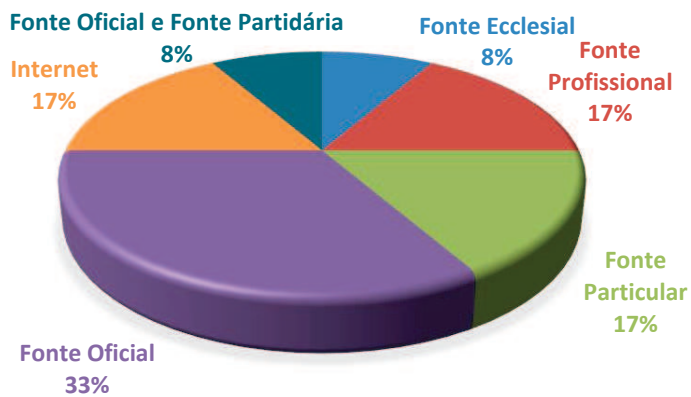
Indicadores relativos às regiões beneficiadas

Região	Quantidade
Benguela	1
Bié	1
Kwanza-Sul	2
Luanda	7
Roma, Itália	1
Total Geral	12



Indicadores relativos às fontes de informação

Fonte	Quantidade
Fonte Eclesial	1
Fonte Profissional	2
Fonte Particular	2
Fonte Oficial	4
Internet	2
Fonte Oficial e Fonte Partidária	1
Total Geral	12



Indicadores relativos aos intervenientes

Interveniente	Quantidade
Papa	1
Bispos	1
Ministros e Secretários de Estado	2
Governadores e Vice-governadores	3
Deputados	1
Populares/Cidadãos	7
Diversos	2
Total Geral	17

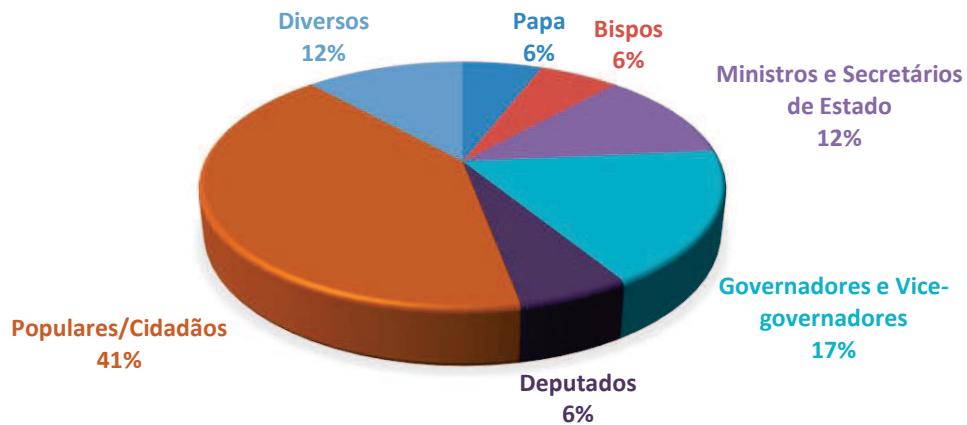
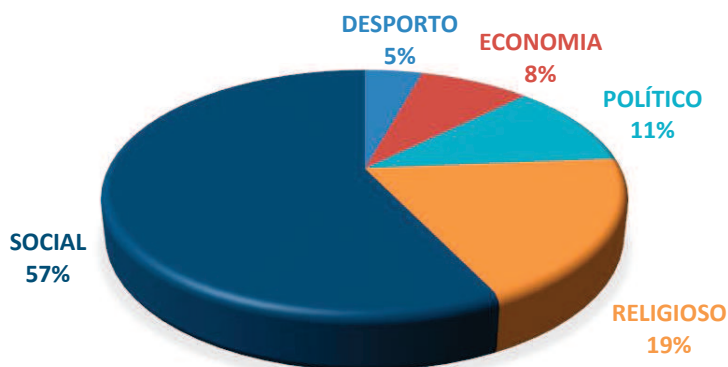


Tabela 3 - JN - Dia 23 de Novembro de 2016

Indicadores globais	Tema	Tom	Interviente	Género	Região	Âmbito	Duração	Fonte
Religioso	Papa Francisco pede aplausos aos sacerdotes, religiosas e leigos que se dedicam à educação dos jovens e crianças	Positivo	Papa Francisco	Reportagem	Roma, Itália	Internacional	00:01:36	Fonte Profissional
Religioso	Vaticano divulga tema das próximas Jornadas Mundiais da Juventude, no Panamá	Neutro	2 jornalistas dos serviços brasileiros da Rádio Vaticano (leitura do texto da Comissão Pontifícia para a Juventude)	Reportagem	Roma, Itália	Internacional	00:01:17	Fonte Profissional
Religioso	Presidente da CEAST apela os jovens a construir o futuro com base nos ensinamentos de Jesus Cristo	Positivo	D. Filomeno V. Dias, Arcebispo de Luanda	Entrevista	Luanda	Nacional	00:01:03	Fonte Eclesial
Social	Populares criticam excesso de burocracia nas instituições públicas do Estado	Negativo	3 Populares e Jeremias Dumbo (Administrador de Viana)	Entrevista	Luanda	Nacional	00:00:43	Fonte Oficial e Fonte Particular
Social	Sindicato Nacional dos Professores reclama reajustes na tabela salarial e anuncia greve nacional de Professores	Negativo	Guilherme Silva (Presidente do Sindicato Nacional de Professores)	Entrevista	Luanda	Nacional	00:01:35	Fonte Sindical
Social	Ministro da Saúde reconhece que absentismo deve-se à crise financeira e aos desajustes na atribuição do salário justo	Negativo	Mpinda Simão (Ministro da Educação)	Entrevista	Kwanza-Sul	Nacional	00:01:11	Fonte oficial
Social	Populares defendem partilha de responsabilidades na melhoria do ensino em Angola	Positivo	4 Populares participantes no Fórum Ecclesia e Irmã Emiliana Bundo (comentário)	Comentário	Luanda	Nacional	00:03:43	Fonte particular
Social	Ministério das Pescas organiza Seminário Nacional sobre Aquicultura, em Mbanza Congo	Positivo	Alberto Manuel Sabino (Vice-governador) e António da Silva (Director Nacional da Aquicultura)	Reportagem	Zaire	Provincial	00:01:26	Fonte oficial
Social	Centenas de Famílias, vítimas de demolições de três mil casas, continuam ao relento	Negativo	Rafael Morais, Coordenador da ONG <i>Sos Habitat</i>	Reportagem	Luanda	Provincial	00:03:05	Fonte particular
Economia	Delegação do Banco Nacional, em Cabinda, organiza seminário sobre gestão de finanças pessoais em tempos de crise	Positivo	Zacarias Mabiala (funcionário do Banco Nacional de Angola)	Reportagem	Cabinda	Provincial	00:01:42	Fonte oficial
Político	Em Malange, registo eleitoral chega em zonas de difícil acesso com apoio de helicópteros e motorizadas	Positivo	João de Assunção (Director Provincial dos Registos) e 2 Populares satisfeitos	Reportagem	Malange	Provincial	00:02:16	Fonte oficial e Fonte particular
Desporto	Federação Angolana de Futebol anuncia sorteio do Girabola (Campeonato Nacional de Futebol)	Neutro	Notícia sem RM	Notícia sem RM	Luanda	Nacional	00:00:53	Internet
						Total	00:20:30	

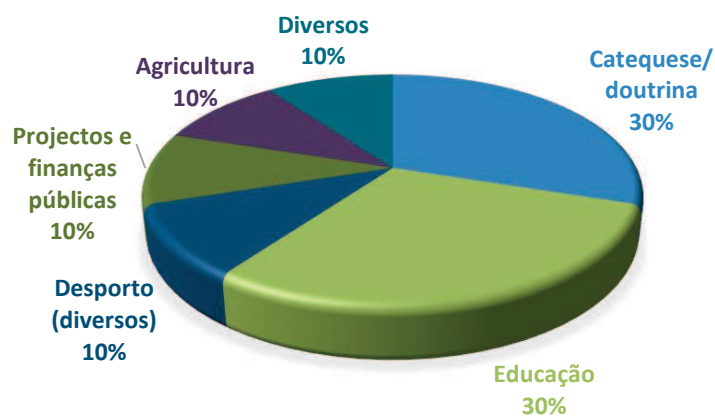
Indicadores temáticos globais

Indicadores Globais	Duração
Desporto	00:00:53
Economia	00:01:42
Político	00:02:16
Religioso	00:03:56
Social	00:11:43
Total Geral	0:20:30



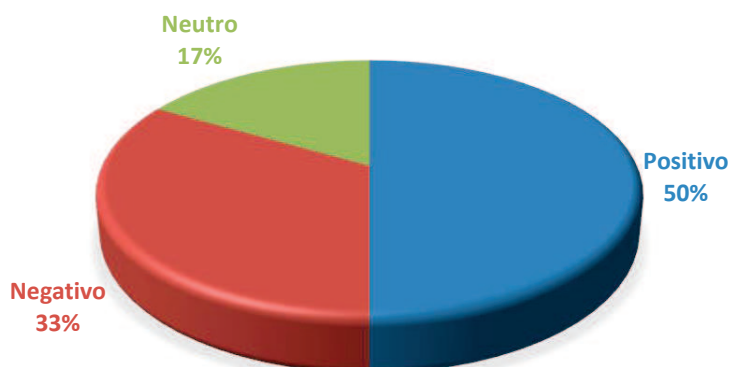
Indicadores relativos ao tema

Tema	Quantidade
Catequese/doutrina	3
Educação	3
Desporto (diversos)	1
Projectos e finanças públicas	1
Agricultura	1
Diversos	1
Total Geral	10



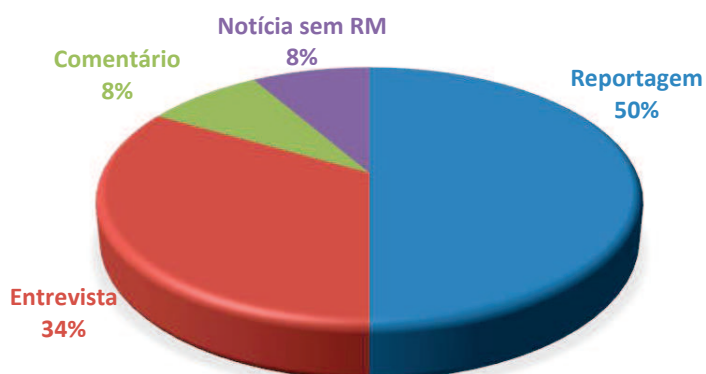
Indicadores relativos ao tom

Tom	Quantidade
Positivo	6
Negativo	4
Neutro	2
Total Geral	12



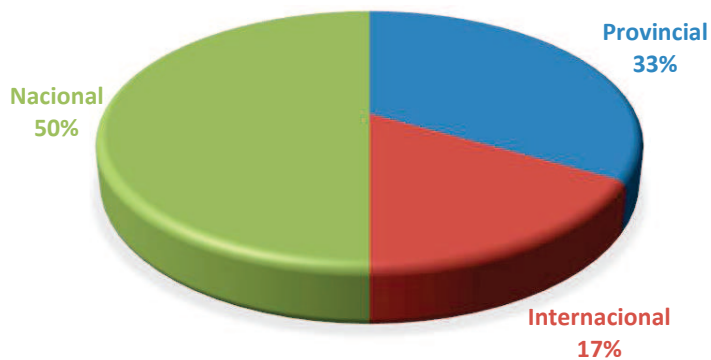
Indicadores relativos ao género noticioso adoptado

Género	Quantidade
Reportagem	6
Entrevista	4
Comentário	1
Notícia sem RM	1
Total Geral	12



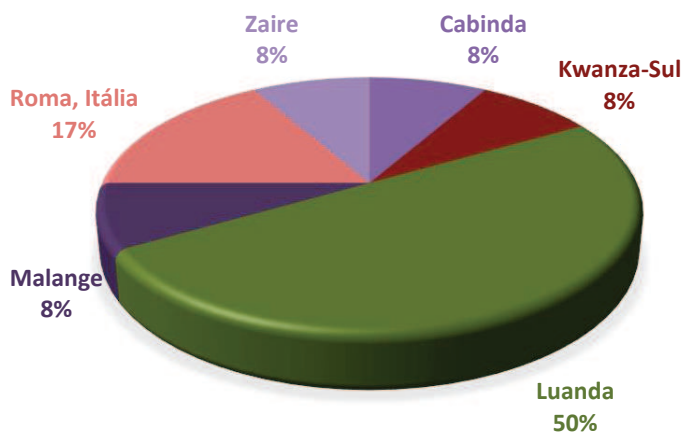
Indicadores relativos ao âmbito das notícias

Âmbito	Quantidade
Provincial	4
Internacional	2
Nacional	6
Total Geral	12



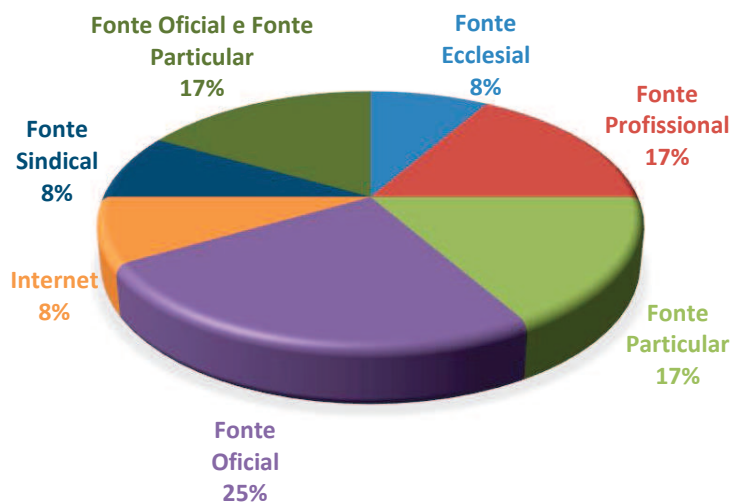
Indicadores relativos às regiões beneficiadas

Região	Quantidade
Cabinda	1
Kwanza-Sul	1
Luanda	6
Malange	1
Roma, Itália	2
Zaire	1
Total Geral	12



Indicadores relativos às fontes de informação

Fonte	Quantidade
Fonte Eclesial	1
Fonte Profissional	2
Fonte Particular	2
Fonte Oficial	3
Internet	1
Fonte Sindical	1
Fonte Oficial e Fonte Particular	2
Total Geral	12



Indicadores relativos aos intervenientes

Interveniente	Quantidade
Papa	1
Bispos	1
Sacerdotes e Religiosos	1
Ministros e Secretários de Estado	1
Governadores e Vice-governadores	1
Directores Provinciais	2
Comentadores	1
Sindicalistas	1
ONG's	1
Populares/Cidadãos	10
Diversos	1
Total Geral	21

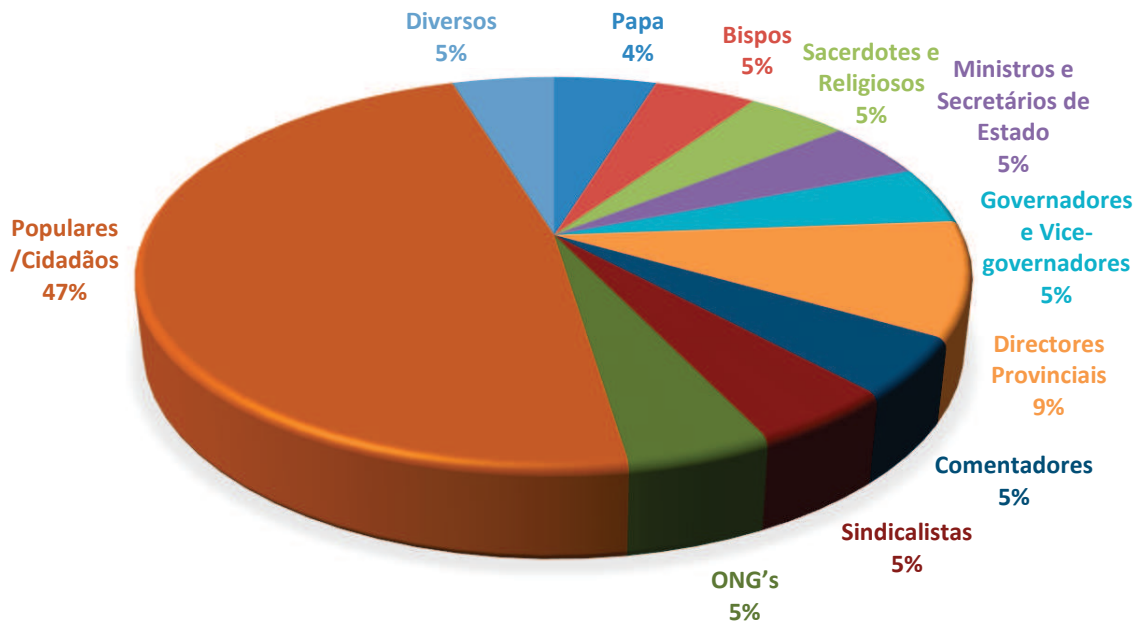
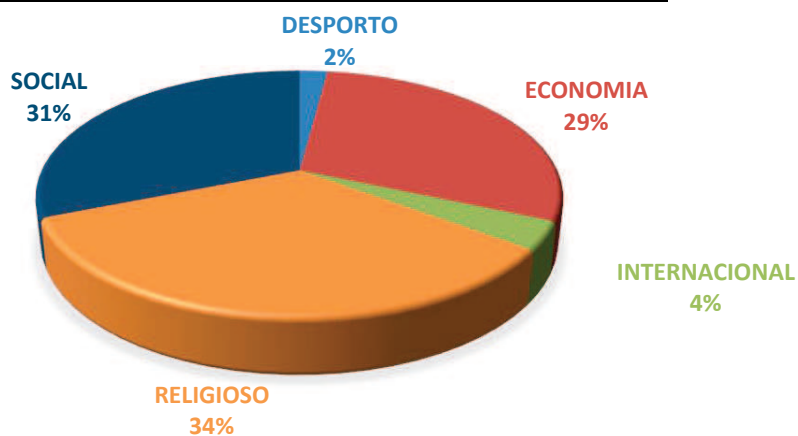


Tabela 4 - JN - Dia 24 de Novembro de 2016

Indicadores globais	Tema	Tom	Interveniente	Género	Região	Âmbito	Duração	Fonte
Religioso	Santa sé divulga programa de retiro do advento do Papa Francisco e da cúria romana	Neutro	Frei Raniero Cantalamessa (pregador do retiro)	Reportagem	Roma, Itália	Internacional	00:01:40	Fonte profissional
Religioso	Conselho Pontifício «Justiça e Paz» organiza congresso internacional sobre economia inclusiva	Positivo	Zeferino Estêvão Juliana (presidente da Associação Cristã de Gestores e Dirigentes em Angola)	Entrevista	Luanda	Internacional	00:03:47	Fonte eclesial
Religioso	Em Luanda, Promaica (promoção da mulher na igreja católica) celebra 20 anos de fundação	Positivo	D. Anastácio Kahango, Bispo auxiliar emérito de Luanda	Entrevista	Luanda	Provincial	00:01:56	Fonte eclesial
Social	Luanda lidera lista de índice de prevalência de infeções com o vírus do VIH sida	Negativo	António Coelho, secretário executivo da anaso (rede angolana das organizações do sida)	Entrevista	Luanda	Nacional	00:03:16	Fonte particular
Social	Em Luanda, incêndio de grandes proporções devasta 10 apartamentos em edifício de 6 andares	Negativo	Faustino Sebastião, portavoz dos serviços nacionais dos bombeiros	Entrevista	Luanda	Provincial	00:01:05	Fonte oficial
Social	Arranque do ano lectivo 2017 do ensino superior comprometido pela greve dos professores	Negativo	Manuel da Silva, portavoz do Sindicato do Ensino Superior	Reportagem	Luanda	Nacional	00:02:27	Fonte sindical
Economia	Ministro das Finanças anuncia reajuste dos salários da função pública em 2017	Positivo	Archer Mangureira (Ministro das Finanças), Manuel Savihemba (deputado da Unita) e Manuel Pereira (Vice-Presidente do sindicato dos professores), Manuel Junior (Presidente da Comissão Parlamentar para a Economia e Finanças)	Reportagem	Luanda	Nacional	00:03:37	Fonte oficial e fonte partidária
Economia	Populares em busca de bens alimentares para a festa de natal	Neutro	3 populares, opinião (mercado paralelo)	Reportagem	Huíla	Provincial	00:02:50	Fonte particular
Desporto	Federação angolana de futebol aprova três listas concorrentes à eleição do futuro presidente da instituição	Neutro	Notícia sem RM	Notícia sem RM	Luanda	Nacional	00:00:27	Fonte oficial
Internacional	16 pessoas morrem durante o confronto	Negativo	Notícia sem RM	Notícia sem RM	República Centro Africana	Internacional	00:00:48	Internet
Total							00:21:53	

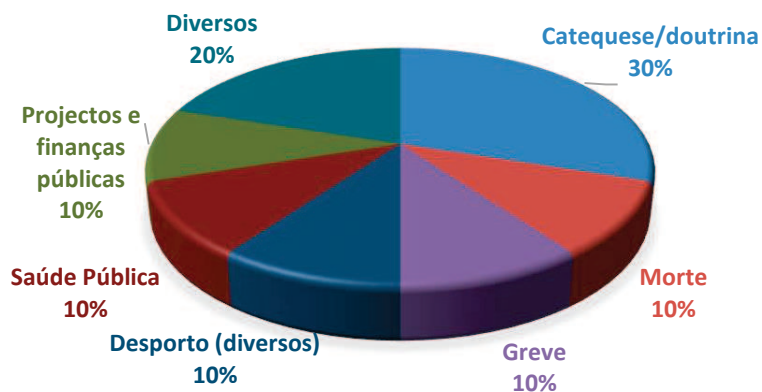
Indicadores temáticos globais

Indicadores globais	Duração
Desporto	00:00:27
Economia	00:06:27
Internacional	00:00:48
Religioso	00:07:23
Social	00:06:48
Total Geral	0:21:53



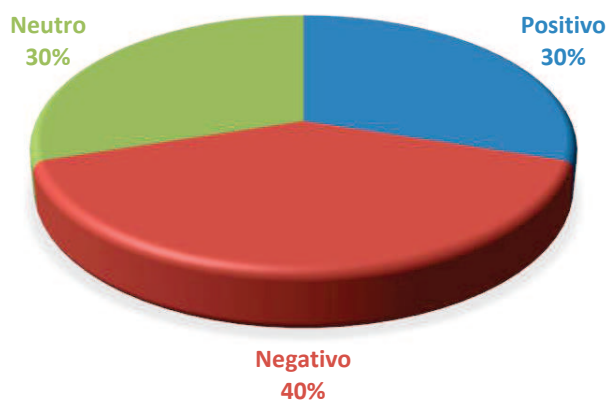
Indicadores relativos ao tema

Tema	Quantidade
Catequese/doutrina	3
Morte	1
Greve	1
Desporto (diversos)	1
Saúde Pública	1
Projectos e finanças públicas	1
Diversos	2
Total Geral	10



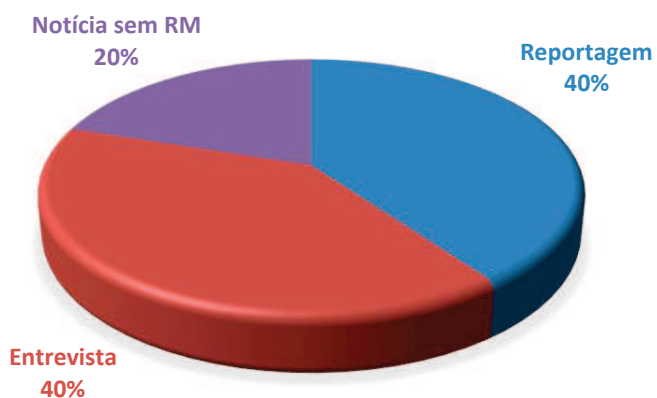
Indicadores relativos ao tom

Tom	Quantidade
Positivo	3
Negativo	4
Neutro	3
Total Geral	10



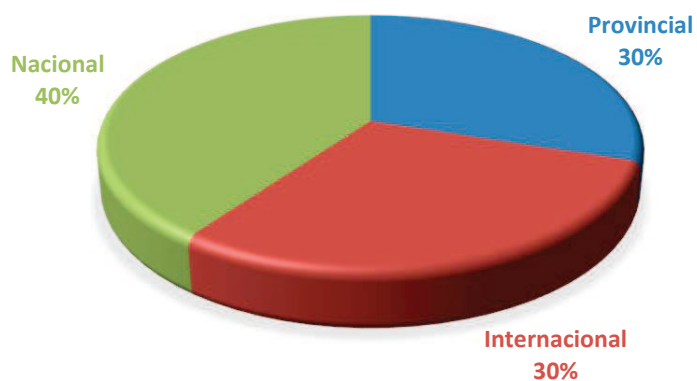
Indicadores relativos ao género noticioso adoptado

Género	Quantidade
Reportagem	4
Entrevista	4
Notícia sem RM	2
Total Geral	10



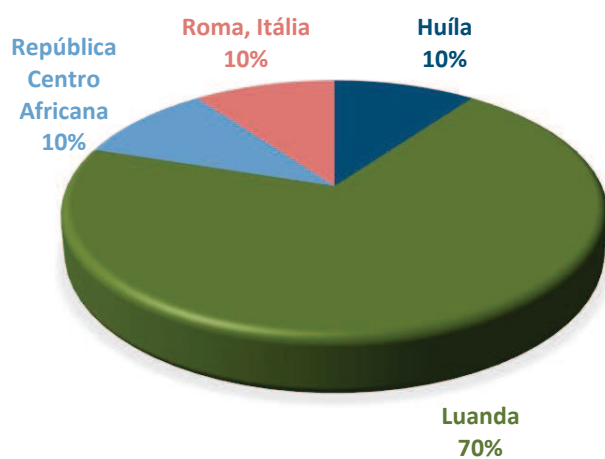
Indicadores relativos ao âmbito das notícias

Âmbito	Quantidade
Provincial	3
Internacional	3
Nacional	4
Total Geral	10



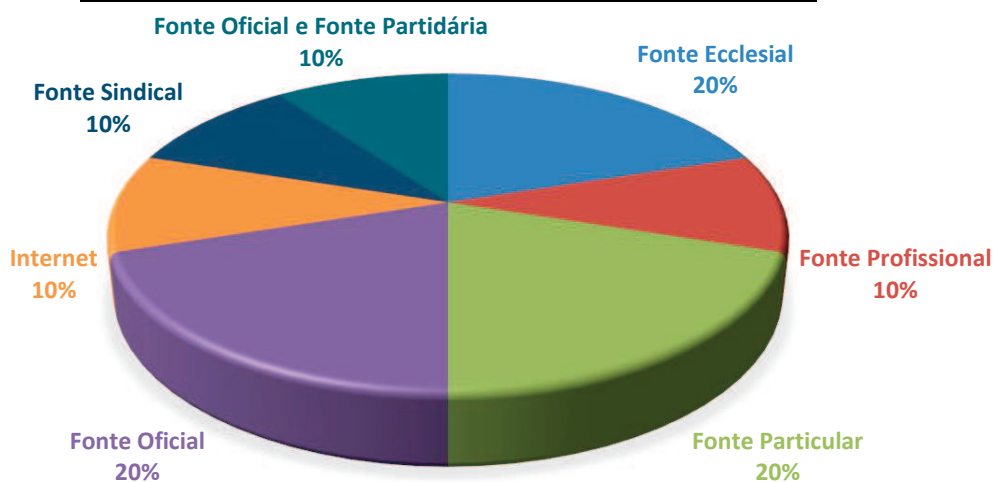
Indicadores relativos às regiões beneficiadas

Região	Quantidade
Huíla	1
Luanda	7
República Centro Africana	1
Roma, Itália	1
Total Geral	10



Indicadores relativos às fontes de informação

Fonte	Quantidade
Fonte Eclesial	2
Fonte Profissional	1
Fonte Particular	2
Fonte Oficial	2
Internet	1
Fonte Sindical	1
Fonte Oficial e Fonte Partidária	1
Total Geral	10



Indicadores relativos aos intervenientes

Interveniente	Quantidade
Bispos	1
Sacerdotes e Religiosos	1
Ministros e Secretários de Estado	1
Sindicalistas	2
ONG's	1
Deputados	2
Entidades Policiais	1
Populares/Cidadãos	4
Total Geral	13

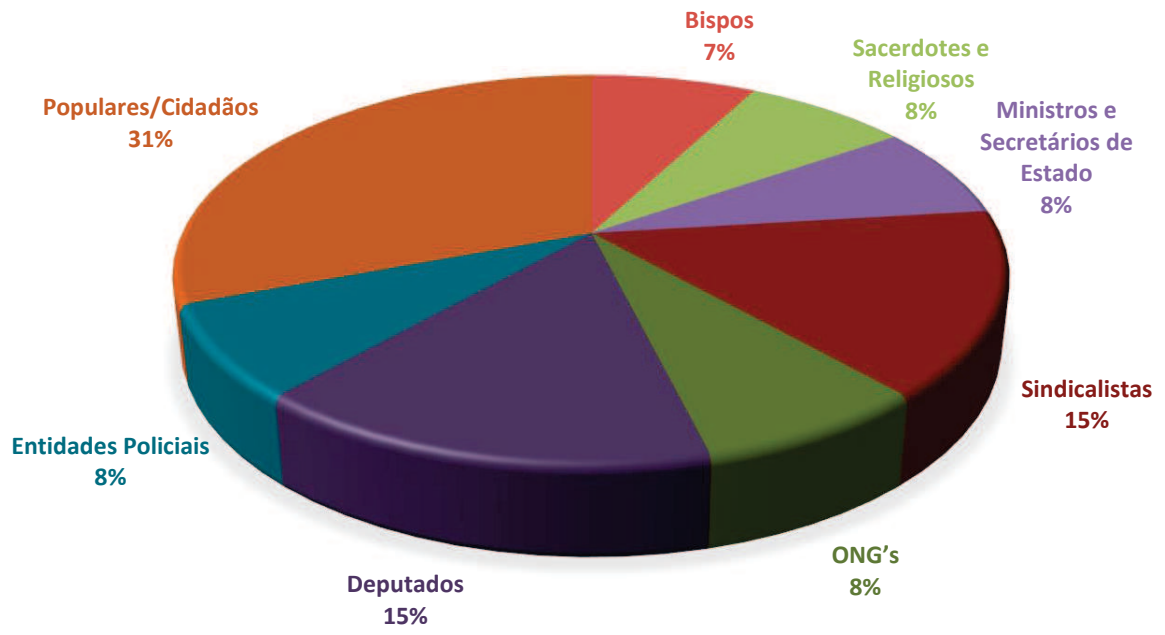
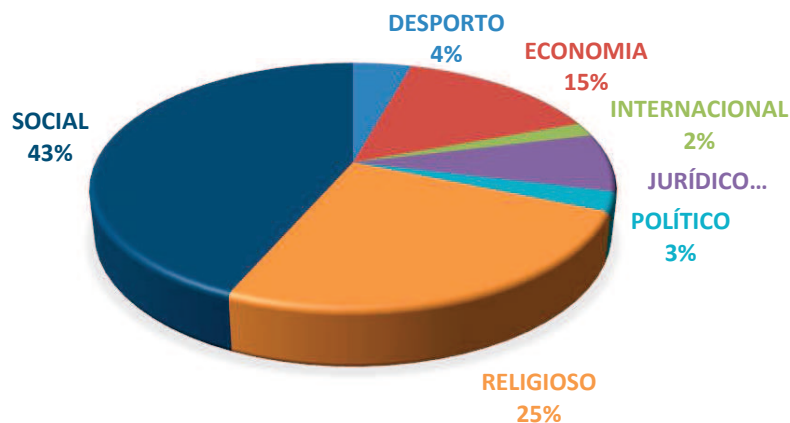


Tabela 5 - JN - Dia 25 de Novembro de 2016

Indicadores globais	Tema	Tom	Interviente	Género	Região	Âmbito	Duração	Fonte
Religioso	Igreja inicia o tempo do Advento	Neutro	Padre Gerónimo Kahinga, comentarista da re para assuntos religiosos	Comentário	Luanda	Nacional	00:00:57	Fonte interna
Religioso	Paróquia de Nossa Senhora das Graças celebra dia da padroeira	Positivo	Padre Rufino Tchitwe, pároco	Entrevista	Luanda	Local	00:01:56	Fonte eclesial
Religioso	Paróquia de Santo André celebra festa de fundação	Positivo	Padre Cristiano Malinguila, pároco	Entrevista	Luanda	Local	00:01:06	Fonte eclesial
Religioso	CICA (Conselho de Igrejas Cristãs de Angola) organiza «marcha pacífica» contra a violência doméstica	Positivo	Jaqueline Diavava, representante do CICA	Entrevista	Luanda	Nacional	00:03:12	Fonte particular
Político	Polícia Nacional desaconselha marcha contra nomeação de Isabel dos Santos para directora da Sonangol	Negativo	Reginaldo Silva, comentarista da RE	Comentário	Luanda	Nacional	00:00:44	Fonte interna
Economia	«Anúncio do reajuste do salário da função pública não trará melhorias na vida dos funcionários», afirma comentarista	Neutro	Reginaldo Silva, comentarista da RE	Comentário	Luanda	Nacional	00:01:22	Fonte interna
Economia	Empresários polacos pretendem investir na agro-economia e na indústria e na energia e águas, no Namibe	Positivo	Piotr Józef Myśliwiec (embaixador da polónia em Angola) e Alcides Gomes Cabral (vice-Governador do Namibe)	Reportagem	Namibe	Provincial	00:02:55	Fonte oficial
Social	Mulher burladora de residências detida pela Polícia Nacional	Negativo	Afonso Mateus e esposa (vítimas de burla) e Ambrósio de Lemos (comandante da Polícia Nacional)	Reportagem	Luanda	Provincial	00:06:07	Fonte oficial e fonte particular
Social	Na Província do Huambo, três cidadãos acusados de crime de infanticídio, no município do Tchindjenje	Negativo	Isaac Kangombe (pai do menor falecido), Paulo Kalikita (soba da região) e dois acusados detidos	Reportagem	Huambo	Provincial	00:02:31	Fonte oficial e fonte particular
Social	No Bengo, cidadã de 52 anos devorada pelo Jacaré	Negativo	Fautino Armindo (esposo) e 2 familiares	Reportagem	Bengo	Provincial	00:03:46	Fonte particular
Jurídico	Tribunal Provincial do Zaire condena cidadão acusado de abuso sexual contra a própria irmã de 12 anos de idade	Negativo	Eugénio Domingos (juiz presidente do Tribunal Provincial)	Reportagem	Zaire	Provincial	00:02:11	Fonte oficial
Desporto	Angola organiza 22ª taça africana de Andebol em seniores femininos	Positivo	Dinho Soares, comentarista da RE para o desporto	Comentário	Luanda	Nacional	00:01:14	Fonte interna
Internacional	Na China, mais de 40 pessoas morrem em queda de andaime	Negativo	Notícias sem RM		China	Internacional	00:00:31	Internet
						Total	00:28:32	

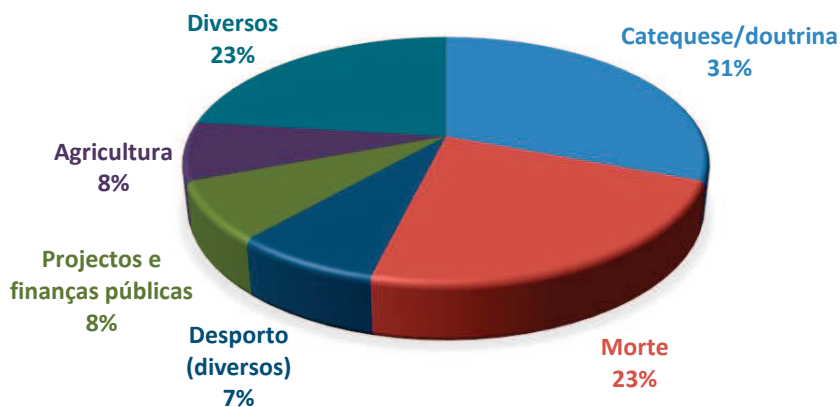
Indicadores temáticos globais

Indicadores globais	Duração
Desporto	00:01:14
Economia	00:04:17
Internacional	00:00:31
Jurídico	00:02:11
Político	00:00:44
Religioso	00:07:11
Total Geral	0:28:32



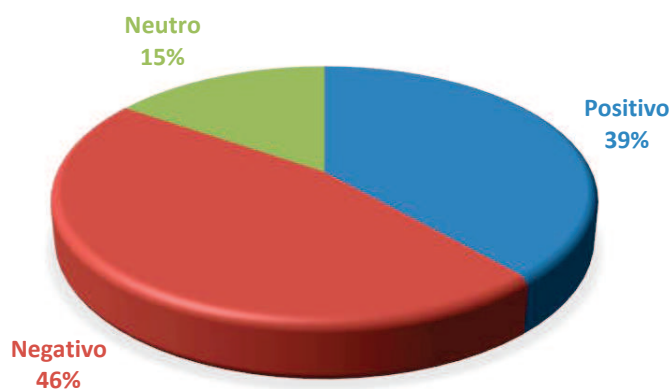
Indicadores relativos ao tema

Tema	Quantidade
Catequese/doutrina	4
Morte	3
Desporto (diversos)	1
Projectos e finanças públicas	1
Agricultura	1
Diversos	3
Total Geral	13



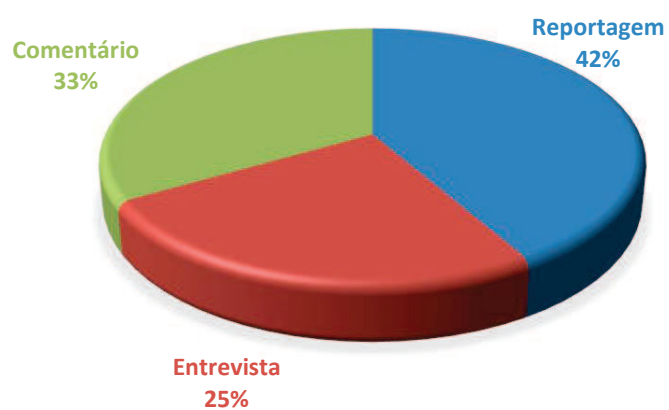
Indicadores relativos ao tom

Tom	Quantidade
Positivo	5
Negativo	6
Neutro	2
Total Geral	13



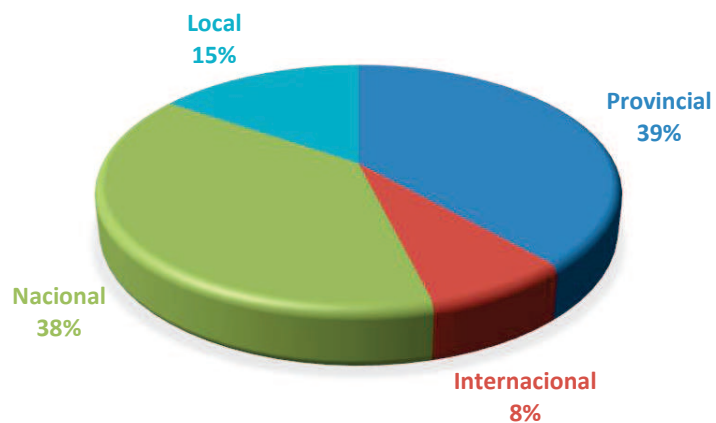
Indicadores relativos ao género noticioso adoptado

Género	Quantidade
Reportagem	5
Entrevista	3
Comentário	4
Total Geral	12



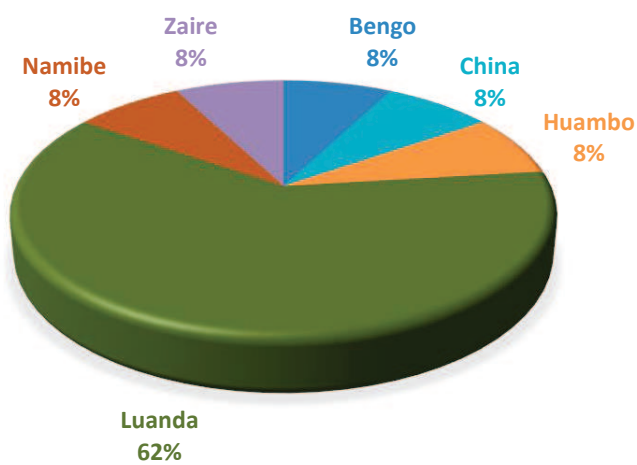
Indicadores relativos ao âmbito das notícias

Âmbito	Quantidade
Provincial	5
Internacional	1
Nacional	5
Local	2
Total Geral	13



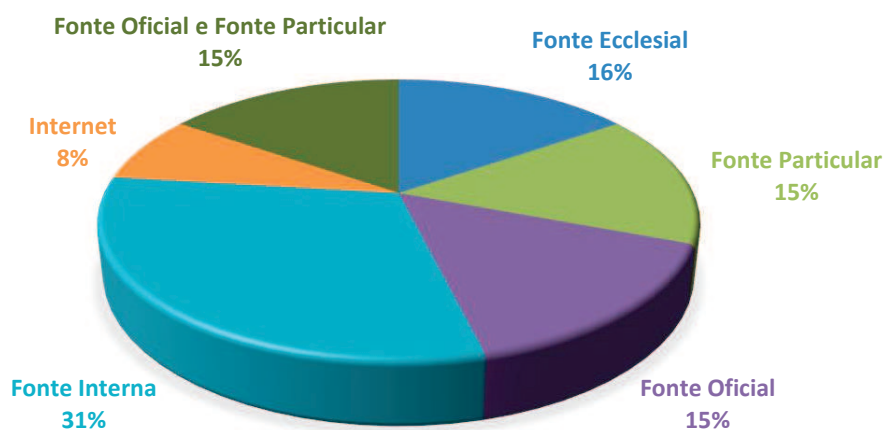
Indicadores relativos às regiões beneficiadas

Região	Quantidade
Bengo	1
China	1
Huambo	1
Luanda	8
Namibe	1
Zaire	1
Total Geral	13



Indicadores relativos às fontes de informação

Fonte	Quantidade
Fonte Eclesial	2
Fonte Particular	2
Fonte Oficial	2
Fonte Interna	4
Internet	1
Fonte Oficial e Fonte Particular	2
Total Geral	13



Indicadores relativos aos intervenientes

Interveniente	Quantidade
Sacerdotes e Religiosos	3
Governadores e Vice-governadores	1
Comentadores	2
Entidades Policiais	1
Populares/Cidadãos	10
Diversos	2
Total Geral	19

164

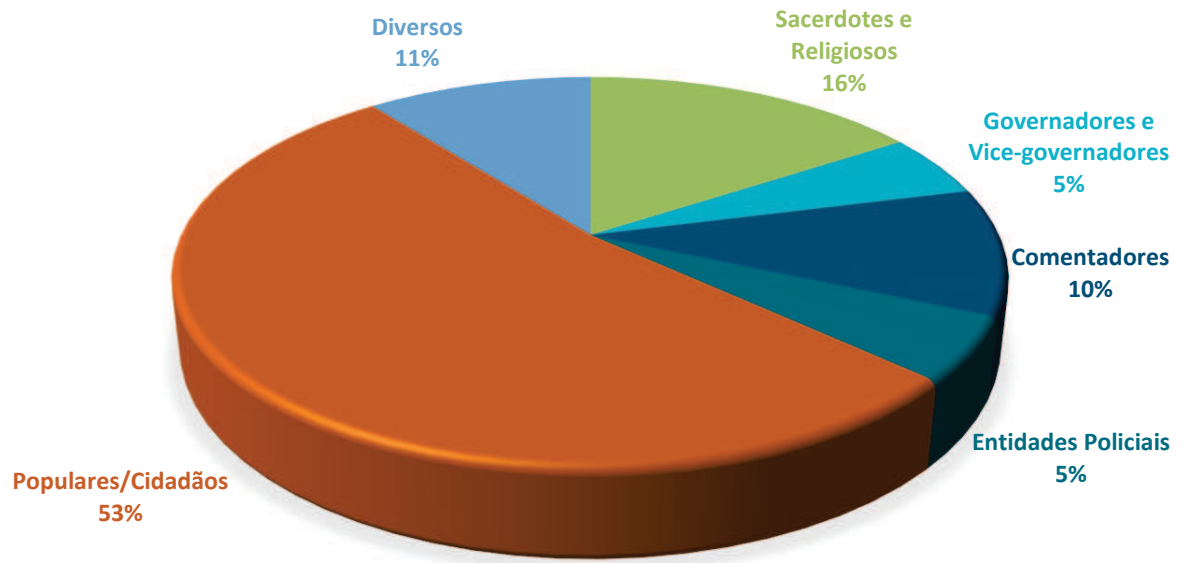
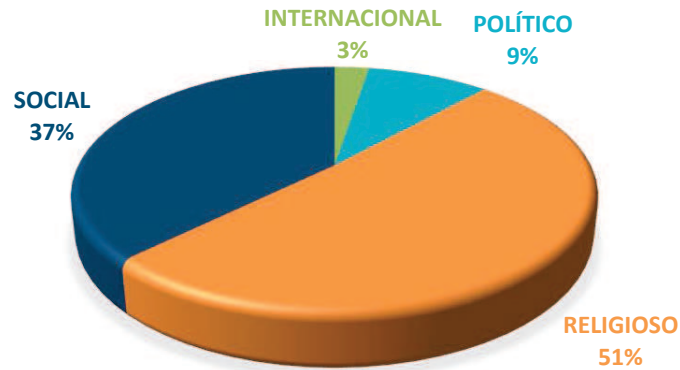


Tabela 6 - JN - Dia 03 de Abril de 2017

Indicadores globais	Tema	Tom	Interviente	Género	Região	Âmbito	Duração	Fonte
Religioso	Papa Francisco expressa pesar pela morte de 250 pessoas na Colômbia	Negativo	Papa Francisco	Reportagem	Itália	Internacional	00:02:32	Fonte profissional
Religioso	Falecimento da irmã Filomena Adão (hospital da divina providência, luanda)	Negativo	Irmã Isolda Afonso (Irmãs Josefinas)	Entrevista	Luanda	Provincial	00:01:54	Fonte eclesial
Religioso	Universidade Católica de Angola, reza missa pela alma do Prof. Adérito Correia	Negativo	Síntese do comunicado da UCAN		Luanda	Nacional	00:01:35	Fonte eclesial
Religioso	Direcção da CEAST desloca-se ao Huambo para avaliar preparativos do Congresso Eucarístico Nacional	Positivo	Dom José Imbamba, porta-voz da CEAST; Dom Luzizila Kiala (comissão de liturgia) e João Baptista Kussúmua, Governador do Huambo	Reportagem	Huambo	Nacional	00:03:37	Fonte eclesial
Político	Rádio Ecclesia organiza debate sobre 15 anos de paz e reconciliação nacional	Positivo	José Pedro Cachiungo (comentarista), Ismael Bonifácio (Mpla), Reginaldo Silva (comentarista), José Chilundulo (jornalista)	Reportagem	Luanda	Nacional	00:02:11	Fonte interna
Religioso	Entidades eclesiais falam dos ganhos da paz e apelam ao respeito pelos direitos humanos e por uma governação inclusiva	Neutro	Deolinda Dorca Texas (Secretária Geral do CICA), Irmã Emiliania Bundo (comentarista RE), Dom Dionísio Hissilenapo (bispo do Namibe)	Reportagem	Luanda	Nacional	00:02:32	Fonte eclesial
Social	Comentarista da RE analisa temas sociais da imprensa do fim de semana	Neutro	Albino Pakissi (comentarista)	Comentário	Luanda	Nacional	00:03:03	Fonte particular
Social	Adolescente baleado mortalmente durante festa de jovens, em Luanda	Negativo	Miguel Camões (amigo da vítima) e Eduardo Vieira (familiar)	Reportagem	Luanda	Provincial	00:02:40	Fonte particular
Social	Dois actores do grupo teatral Horizonte Ginga Mbandi, baleados por agentes da guarda fronteira	Negativo	Fortunato Augusto (testemunha) e Gaúcho José (víctima)	Reportagem	Luanda	Provincial	00:03:12	Fonte particular
Internacional	Donald Trump promete substituir o sistema de saúde "Obama Care"	Neutro	Notícia sem RM	Notícia sem RM	EUA	Internacional	00:00:37	Internet
						Total	00:23:53	

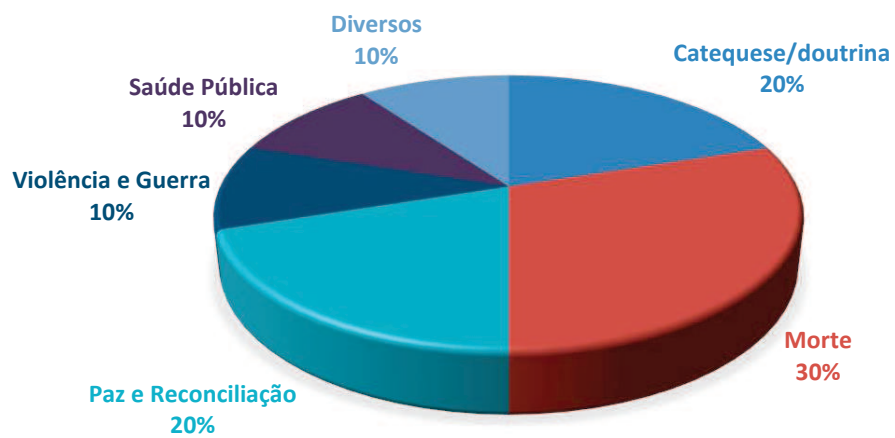
Indicadores temáticos globais

Indicadores globais	Duração
Internacional	00:00:37
Político	00:02:11
Religioso	00:12:10
Social	00:08:55
Total Geral	0:23:53



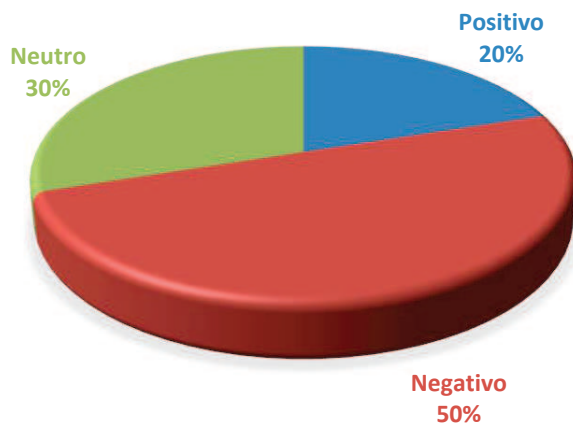
Indicadores relativos ao tema

Tema	Quantidade
Catequese/doutrina	2
Morte	3
Paz e Reconciliação	2
Violência e Guerra	1
Saúde Pública	1
Diversos	1
Total Geral	10



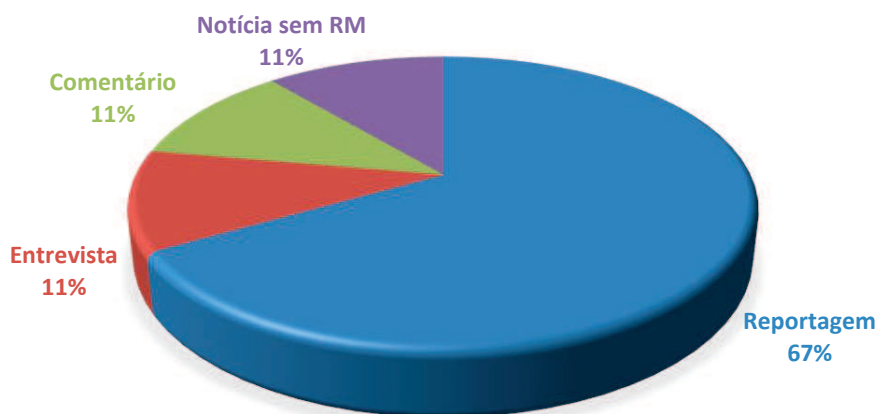
Indicadores relativos ao tom

Tom	Quantidade
Positivo	2
Negativo	5
Neutro	3
Total Geral	10



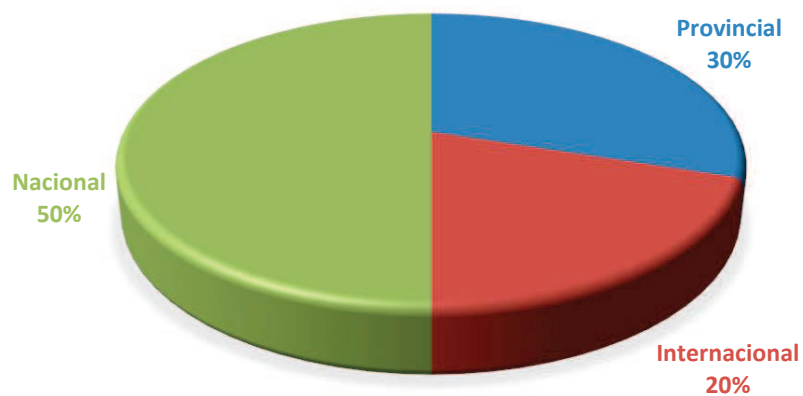
Indicadores relativos ao género noticioso adoptado

Género	Quantidade
Reportagem	6
Entrevista	1
Comentário	1
Notícia sem RM	1
Total Geral	9



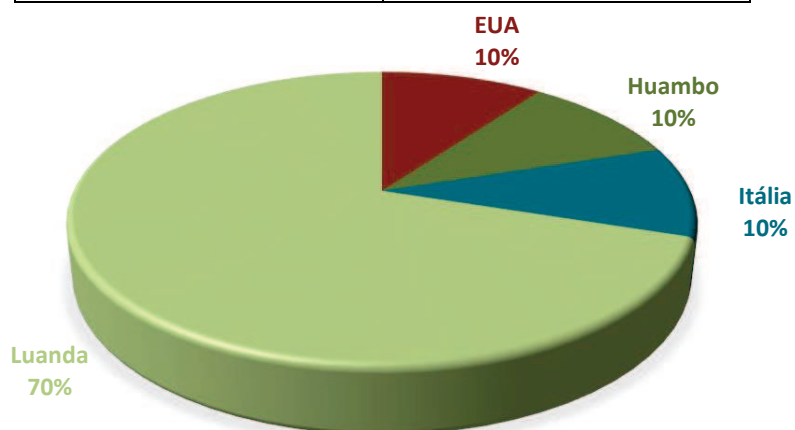
Indicadores relativos ao âmbito das notícias

Âmbito	Quantidade
Provincial	3
Internacional	2
Nacional	5
Total Geral	13



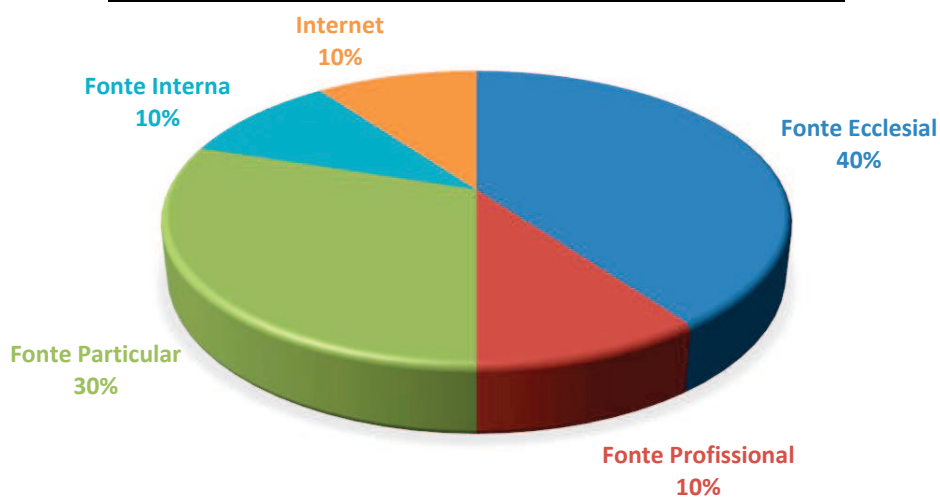
Indicadores relativos às regiões beneficiadas

Região	Quantidade
EUA	1
Huambo	1
Itália	1
Luanda	7
Total Geral	10



Indicadores relativos às fontes de informação

Fonte	Quantidade
Fonte Eclesial	4
Fonte Profissional	1
Fonte Particular	3
Fonte Interna	1
Internet	1
Total Geral	10



Indicadores relativos aos intervenientes

Interveniente	Quantidade
Papa	1
Bispos	3
Sacerdotes e Religiosos	2
Governadores e Vice-governadores	1
Comentarista	4
Populares, Cidadãos	5
Diversos	1
Total Geral	17

170

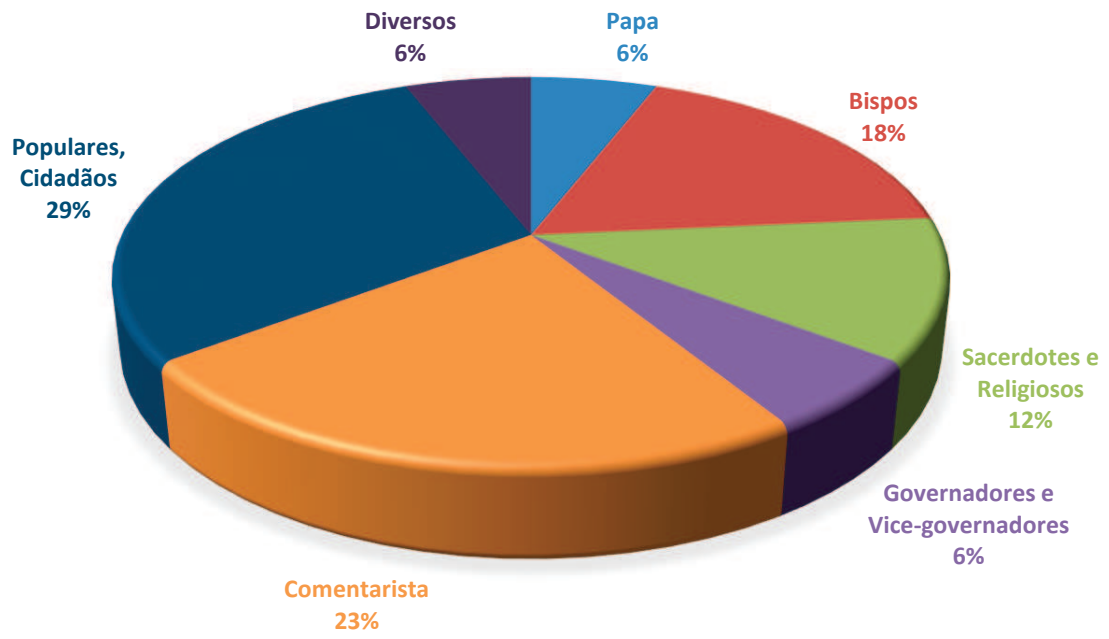


Tabela 7 - JN - Dia 04 de Abril de 2017

Indicadores globais	Tema	Tom	Interviente	Género	Região	Âmbito	Duração	Fonte
Religioso	Papa Francisco reprova indiferença dos ricos perante a miséria de quem sofre	Negativo	Papa Francisco	Reportagem	Itália	Internacional	00:02:20	Fonte profissional
Religioso	Arcebispo do Lubango reafirma posição da Igreja contra o aborto	Positivo	Dom Gabriel Mbiligue (Arcebispo do Lubango)	Entrevista	Huíla	Nacional	00:01:30	Fonte eclesial
Religioso	Arcebispo de Saurimo defende a educação familiar baseada no respeito pela sacralidade da vida	Positivo	Dom José Imbamba (Arcebispo de Saurimo)	Entrevista	Lunda-Sul	Nacional	00:01:42	Fonte eclesial
Religioso	Na Diocese de Caxito, «Amigamentos» dificultam processo de formação de novos catequistas	Negativo	Padre José Makuntina (Pároco de São José)	Reportagem	Bengo	Provincial	00:02:10	Fonte eclesial
Economia	Forum sobre ambiente de negocios no sector de hotelaria e turismo	Positivo	Gilberto Luther	Reportagem	Luanda	Nacional	00:02:55	Fonte oficial
Economia	Gestores hoteleiros do turismo destacam crescimento do sector apesar da crise económica	Positivo	Monteiro Kapunga (empresário)	Entrevista	Malange	Provincial	00:01:28	Fonte particular
Economia	Embaixador de Portugal em Angola em visita ao Kwanza-Sul para garantir investimentos em vários sectores	Positivo	João Caetano da Silva (Embaixador) e Eusébio de Brito Governador do K.Sul	Reportagem	Kwanza-Sul	Provincial	00:02:35	Fonte oficial
Economia	Delegação da União Europeia em Angola promete financiar projectos ligados ao conflito de terra em Angola	Positivo	Catarina Caetano (Delegação da União Europeia), Padre Pio Wakussanga (sacerdote) e Maria Helena Maewte (ONG, "asMocedas")	Reportagem	Luanda	Nacional	00:02:58	Fonte oficial
Economia	«Preço dos combustíveis deve merecer uma actualização de preços», afirma comentarista da RE	Neutro	José Chilundulo (comentarista da RE)	Reportagem	Luanda	Nacional	00:02:11	Fonte interna
Desporto	Treinador da Académica do Lobito despedido	Negativo	Notícia sem RM	Notícia sem RM	Benguela	Provincial	00:00:37	Internet
Desporto	Hissah Hayatou perde eleições para presidente da Federação Africana de Futebol (FAF)	Neutro	Notícia sem RM	Notícia sem RM	Addis Abeba	Internacional	00:00:46	Internet
Político	Ministério da Administração do Território deve partilhar informação eleitoral com os partidos da oposição	Negativo	Albino Pakissi (comentarista da RE)	Entrevista	Luanda	Nacional	00:02:42	Fonte Interna
						Total	00:23:54	

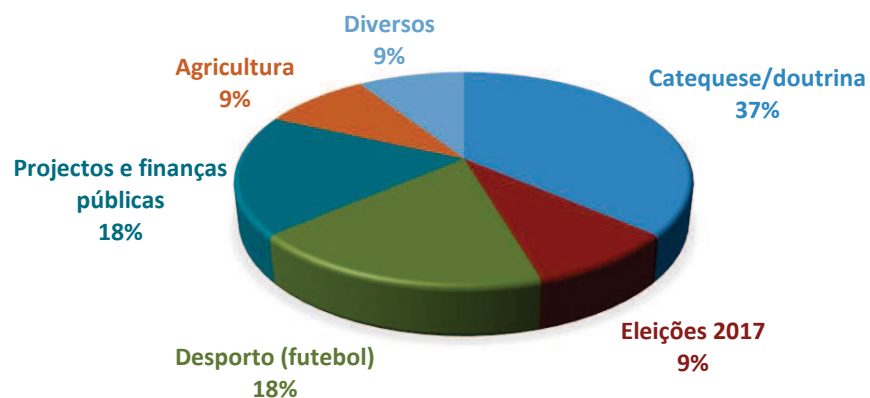
Indicadores temáticos globais

Indicadores globais	Duração
Desporto	00:01:23
Economia	00:12:07
Político	00:02:42
Religioso	00:07:42
Total Geral	0:23:54



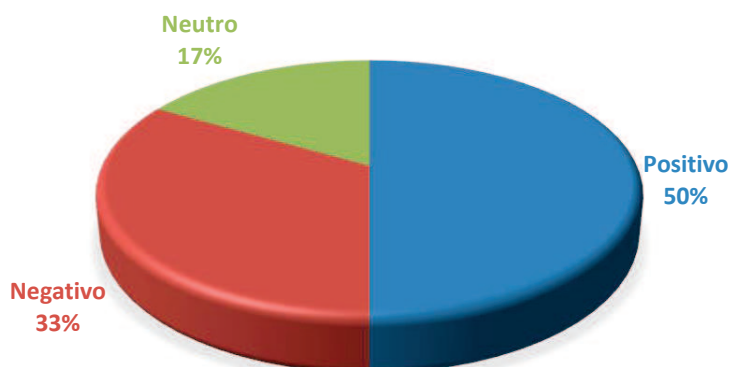
Indicadores relativos ao tema

Tema	Quantidade
Catequese/doutrina	4
Eleições 2017	1
Desporto (futebol)	2
Projectos e finanças públicas	2
Agricultura	1
Diversos	1
Total Geral	11



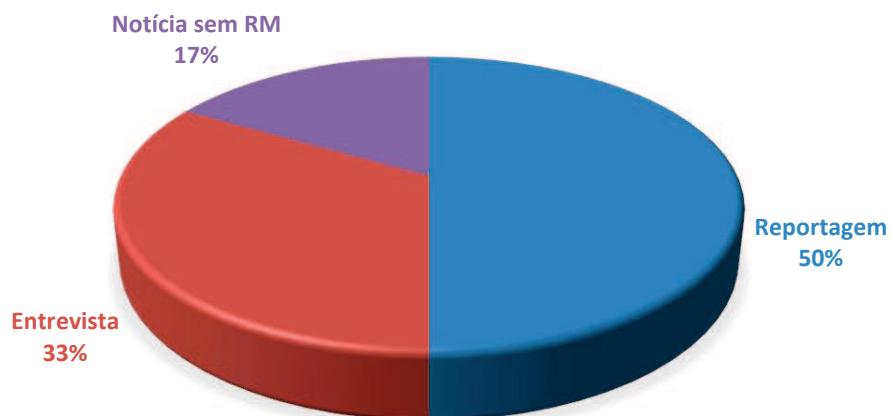
Indicadores relativos ao tom

Tom	Quantidade
Positivo	6
Negativo	4
Neutro	2
Total Geral	12



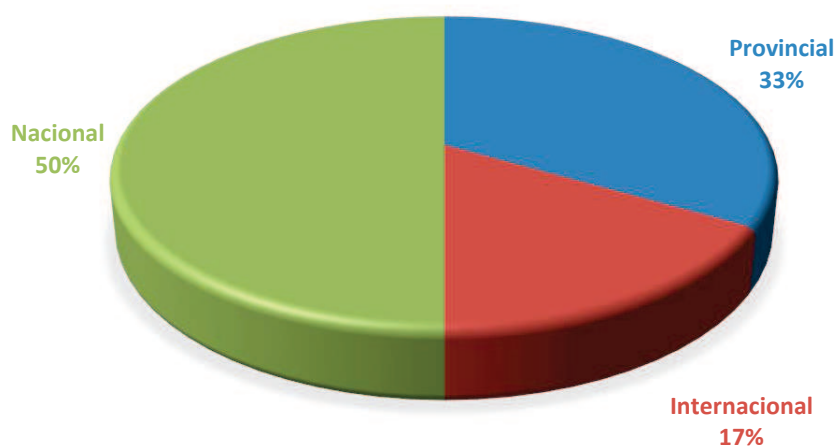
Indicadores relativos ao género noticioso adoptado

Género	Quantidade
Reportagem	6
Entrevista	4
Notícia sem RM	2
Total Geral	12



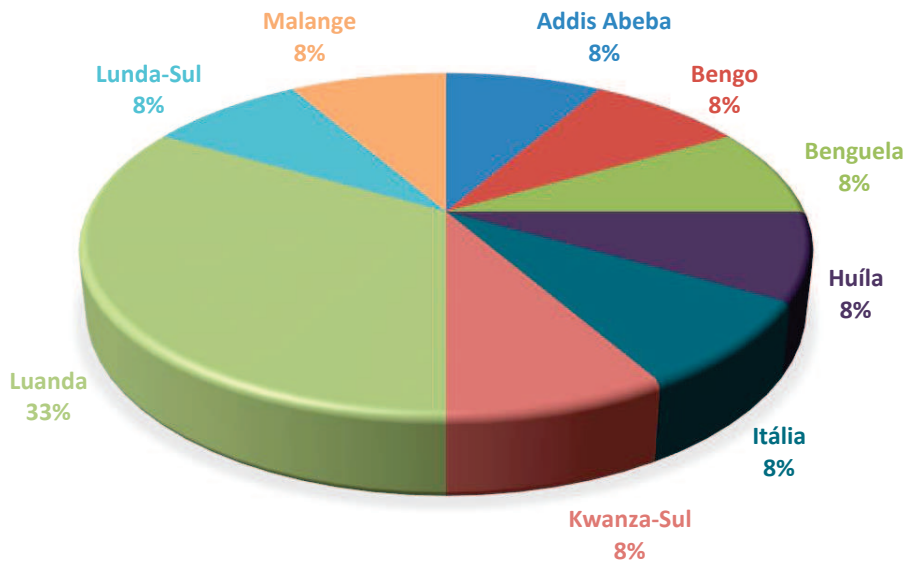
Indicadores relativos ao âmbito das notícias

Âmbito	Quantidade
Provincial	4
Internacional	2
Nacional	6
Total Geral	12



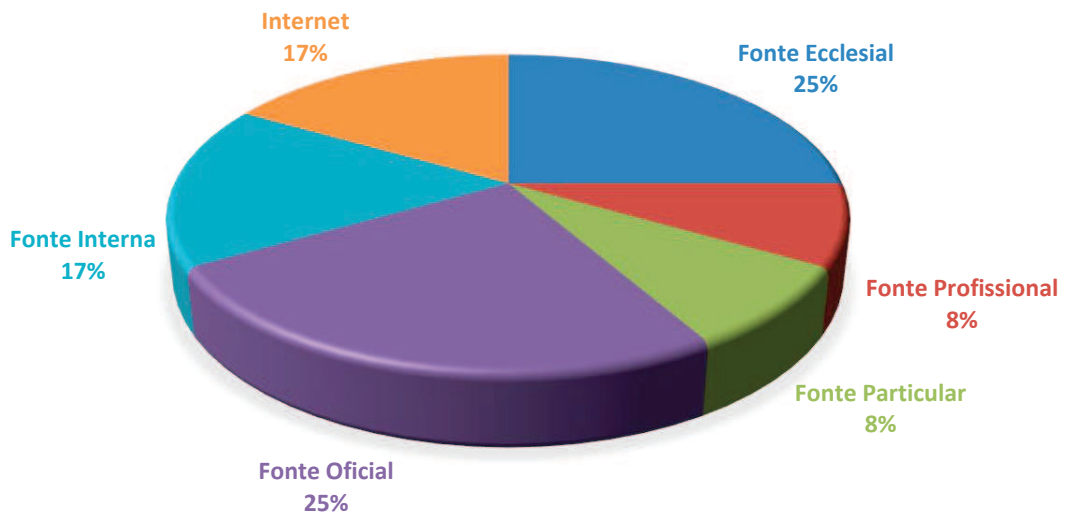
Indicadores relativos às regiões beneficiadas

Região	Quantidade
Addis Abeba	1
Bengo	1
Benguela	1
Huíla	1
Itália	1
Kwanza-Sul	1
Luanda	4
Lunda-Sul	1
Malange	1
Total Geral	12



Indicadores relativos às fontes de informação

Fonte	Quantidade
Fonte Eclesial	3
Fonte Profissional	1
Fonte Particular	1
Fonte Oficial	3
Fonte Interna	2
Internet	2
Total Geral	12



Indicadores relativos aos intervenientes

Interveniente	Quantidade
Papa	1
Bispos	2
Sacerdotes e Religiosos	2
Governadores e Vice-governadores	1
Comentarista	2
Populares, Cidadãos	2
Partid.Oposição	1
Diversos	1
Total Geral	12

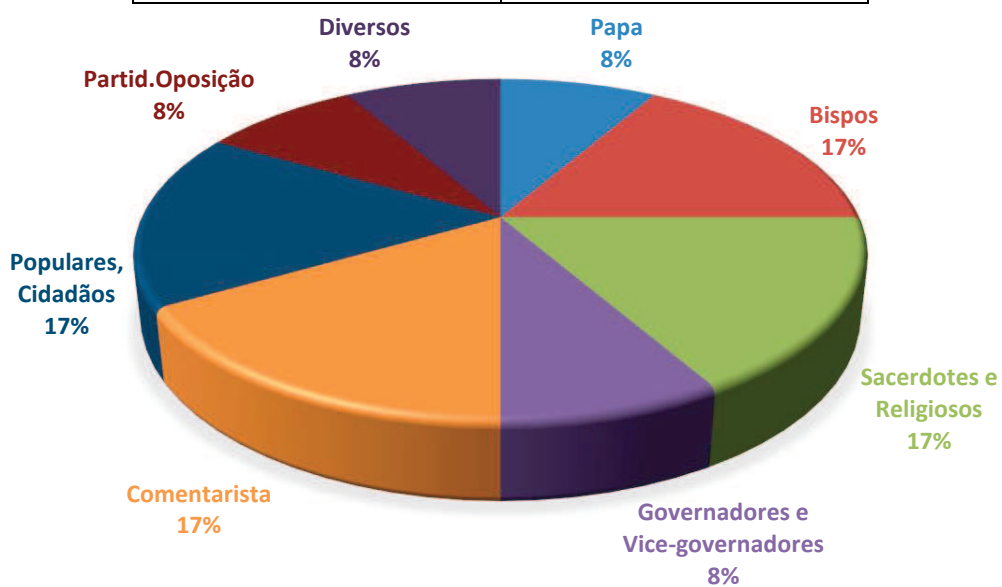
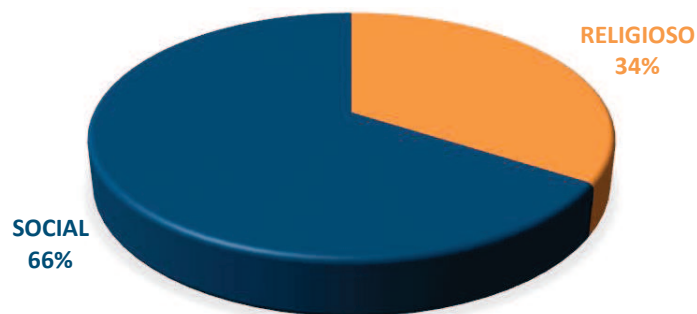


Tabela 8 - JN - Dia 05 de Abril de 2017

Indicadores globais	Tema	Tom	Interveniente	Género	Região	Âmbito	Duração	Fonte
Religioso	Ouvidos da RE pronunciaram-se sobre o início da Semana Santa com apelos aos políticos sobre boa gestão do erário público	Neutro	4 Ouvintes e Padre Adelino Moma	Comentário	Luanda	Provincial	00:03:10	Fonte particular
Religioso	Mensagem dos Bispos da CEAST sobre as eleições de 2017 apresentada na Diocese de Ondjiva	Positivo	Padre Leopoldo Ndakalako (vigário geral da diocese), 3 fiéis	Reportagem	Cunene	Provincial	00:02:09	Fonte eclesial
Religioso	Mensagem dos Bispos da CEAST sobre as eleições de 2017 apresentada na Diocese de Malange	Positivo	Dom Benedito Roberto (Arcebispo de Malange) e Maria da Encarnação Pimenta (Psicóloga)	Reportagem	Malange	Provincial	00:02:22	Fonte eclesial
Social	Professores da Província do Kwanza-Norte, em greve	Negativo	Alunos e encarregados de educação	Reportagem	Kwanza-Norte	Provincial	00:01:49	Fonte eclesial
Social	Comentaristas pronunciaram-se sobre as consequências da greve dos professores	Neutro	Josué Chilundulo (economista), Carlinho Kassala (psicólogo)	Comentário	Luanda	Nacional	00:02:53	Fonte particular
Social	Ministério da Educação ameaça punir professores faltosos	Negativo	Lourenço Neto (Portavoz do Ministério da Educação)	Entrevista	Luanda	Provincial	00:02:28	Fonte oficial
Social	Mais de 300 trabalhadores da empresa de segurança da Sonangol ("Bom Samba"), descontentes por falta de salários há 12 meses	Negativo	2 Trabalhadores e Pombal Neto (Sonangol)	Entrevista	Luanda	Nacional	00:01:57	Fonte oficial
Social	Hospital Psiquiátrico de Luanda regista 2000 mil casos de doenças ligadas à Depressão (3% da população geral)	Negativo	Lando Geraldo (Director do Hospital Psiquiátrico de Luanda)	Reportagem	Luanda	Nacional	00:02:55	Fonte oficial
Social	Ministro da Defesa inaugura novas turbinas eléctricas da barragem sobre o rio Chiumbue às cidades do Lwena e Dala (Moxico e Lunda-Sul)	Positivo	Notícia sem RM	Notícia sem RM	Lunda-Sul	Regional	00:00:50	Fonte oficial
Social	Manifestação contra o novo modelo de distribuição de energia eléctrica foi concluída	Negativo	Airichi Lucas (Activista Cívico)	Reportagem	Kuando Kubango	Provincial	00:02:00	Fonte Sindical
						Total	00:22:33	

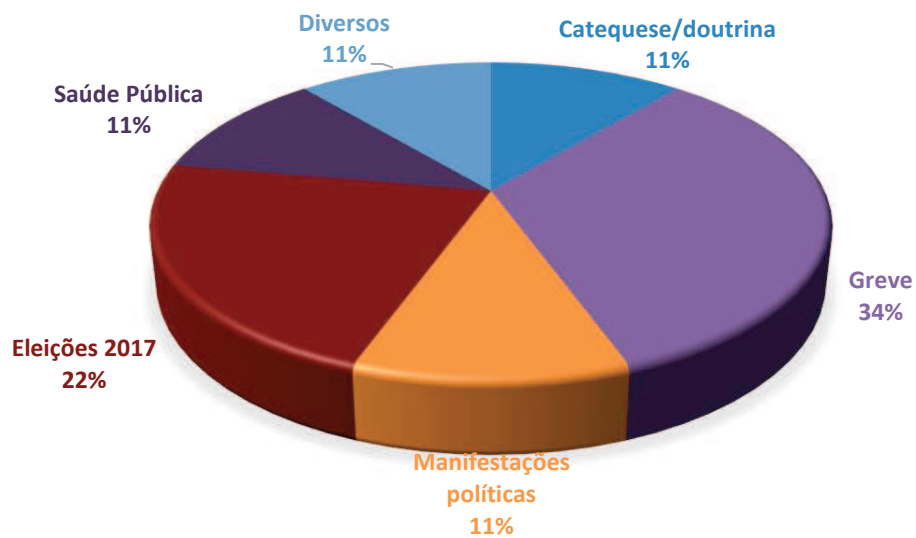
Indicadores temáticos globais

Indicadores globais	Duração
Religioso	00:07:41
Social	00:14:52
Total Geral	0:22:33



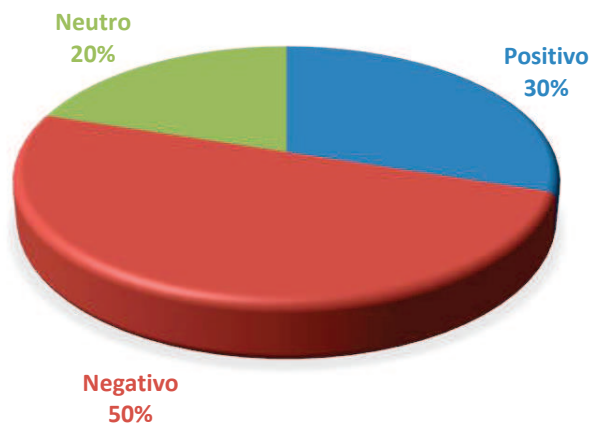
Indicadores relativos ao tema

Tema	Quantidade
Catequese/doutrina	1
Greve	3
Manifestações políticas	1
Eleições 2017	2
Saúde Pública	1
Diversos	1
Total Geral	9



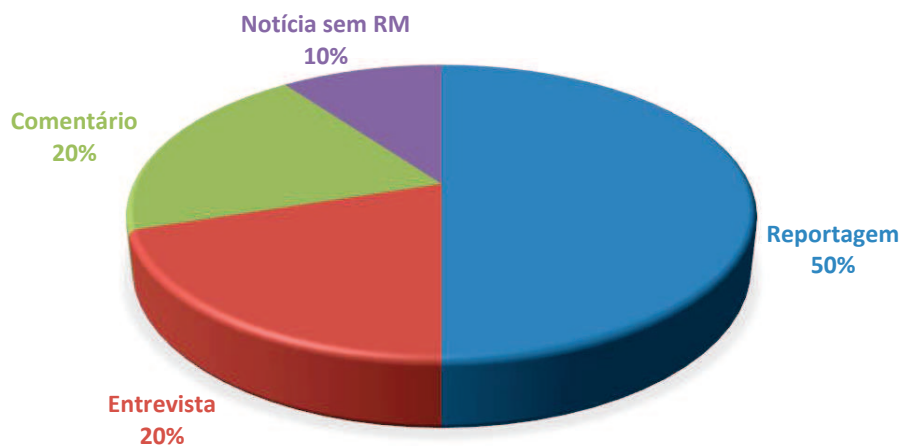
Indicadores relativos ao tom

Tom	Quantidade
Positivo	3
Negativo	5
Neutro	2
Total Geral	10



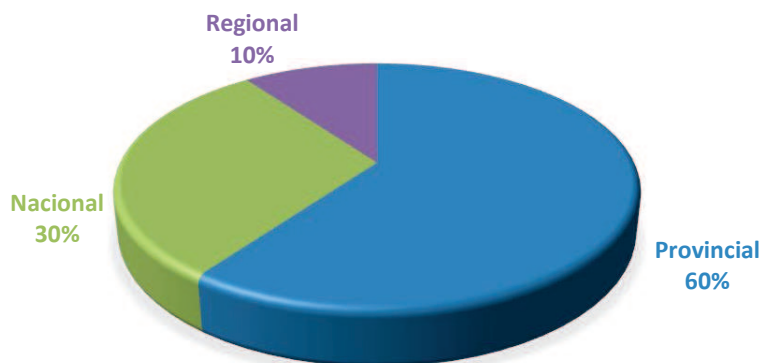
Indicadores relativos ao género noticioso adoptado

Género	Quantidade
Reportagem	5
Entrevista	2
Comentário	2
Notícia sem RM	1
Total Geral	10



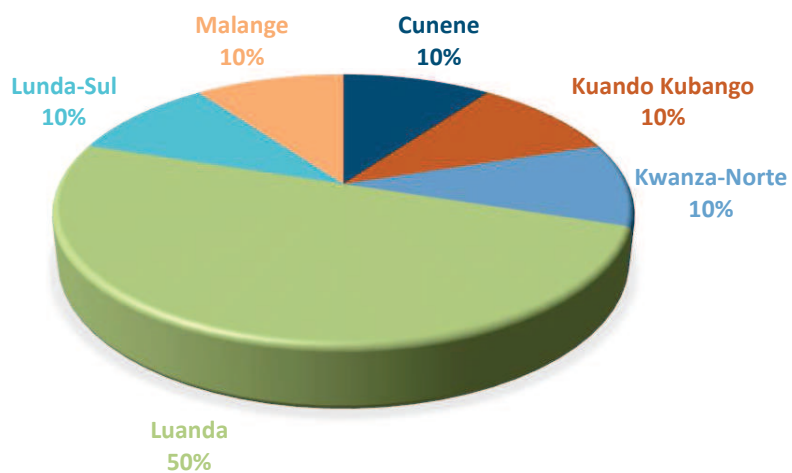
Indicadores relativos ao âmbito das notícias

Âmbito	Quantidade
Provincial	6
Nacional	3
Regional	1
Total Geral	10



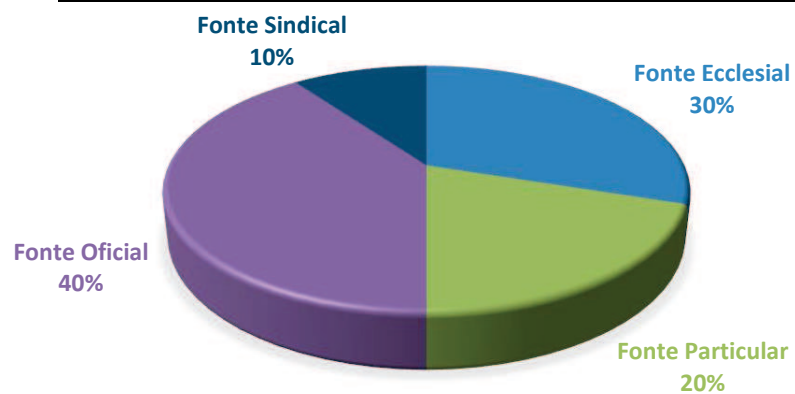
Indicadores relativos às regiões beneficiadas

Região	Quantidade
Cunene	1
Kuando Kubango	1
Kwanza-Norte	1
Luanda	5
Lunda-Sul	1
Malange	1
Total Geral	10



Indicadores relativos às fontes de informação

Fonte	Quantidade
Fonte Eclesial	3
Fonte Particular	2
Fonte Oficial	4
Fonte Sindical	1
Total Geral	10



Indicadores relativos aos intervenientes

Interveniente	Quantidade
Bispos	1
Sacerdotes e Religiosos	2
Directores Provinciais	1
Populares/Cidadãos	14
Diversos	1
Total Geral	19

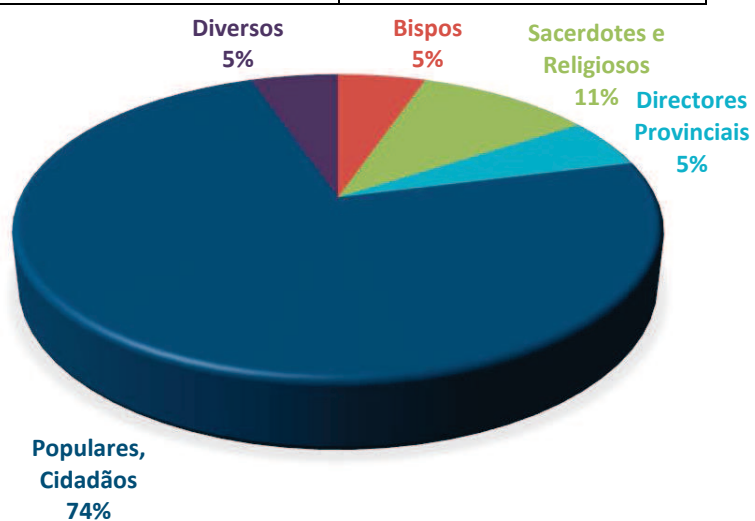


Tabela 9 - JN - Dia 06 de Abril de 2017

Indicadores globais	Tema	Tom	Interveniente	Género	Região	Âmbito	Duração	Fonte
Religioso	Papa Francisco recebe líderes muçulmanos britânicos e apresenta reflexão catequética sobre a «Esperança Cristã em tempos de crise»	Positivo	Papa Francisco	Reportagem	Itália	Internacional	00:03:09	Fonte eclesial
Religioso	Sacerdotes pronunciam-se sobre a importância da Semana Santa	Positivo	Padre Domingos de Carvalho (Pároco de Santa Madalena, Viana)	Reportagem	Viana	local	00:05:17	Fonte eclesial
Religioso	Vigário Geral de Ndalatando apela cristãos a aproveitarem o Tempo da Quaresma para o crescimento espiritual	Positivo	Padre Costantino Miguel	Entrevista	Kwanza-Norte	Provincial	00:00:46	Fonte eclesial
Religioso	Cardeal Patriarca de Lisboa é o representante do Papa Francisco ao Congresso Nacional de Liturgia 2017	Positivo	Dom José Imbamba (Porta-voz e Vice-Presidente da CEAST)	Entrevista	Luanda	Nacional	00:03:41	Fonte eclesial
Social	Greve de professores do ensino geral em Cabinda	Negativo	Francisco Sensa (Secretário professores do Sindicato de Professores)	Reportagem	Cabinda	Provincial	00:01:30	Fonte sindical
Social	Greve efectiva no Kwanza-Sul: Director da Educação e secretário do sindicato trocam acusações	Negativo	Francisco Júnior (Delegado Provincial da Educação) e Celestino Lukututa (Sindicato Provincial de Professores)	Reportagem	Kwanza-Sul	Provincial	00:03:44	Fonte oficial e fonte Sindical
Social	«Greve no Kwanza tem pendor político», afirma Director da Educação do Kwanza-Norte	Negativo	David Ferreira (Director Provincial da Educação) e Domingos João (Sindicato Provincial de Professores)	Reportagem	Kwanza-Norte	Provincial	00:01:35	Fonte oficial e fonte sindical
Social	Secretário Geral do Sindicato de Jornalistas satisfeito com a fundação do primeiro jornal digital angolano («Correio Angolense»)	Positivo	Teixeira Cândido (SJA) e Graça Campos (Director)	Entrevista	Luanda	Nacional	00:03:10	Fonte sindical
Social	Psicóloga aconselha pais a manter bom relacionamento com crianças para evitar a Depressão	Neutro	Maria Luisa (Psicóloga)	Entrevista	Luanda	Nacional	00:03:12	Fonte Particular
Internacional	Ministério dos Negócios Estrangeiros da Rússia rejeita acusações contra a Síria	Neutro	Notícia sem RM	Notícia sem RM	Rússia	Internacional	00:01:05	Internet
Total							00:27:09	

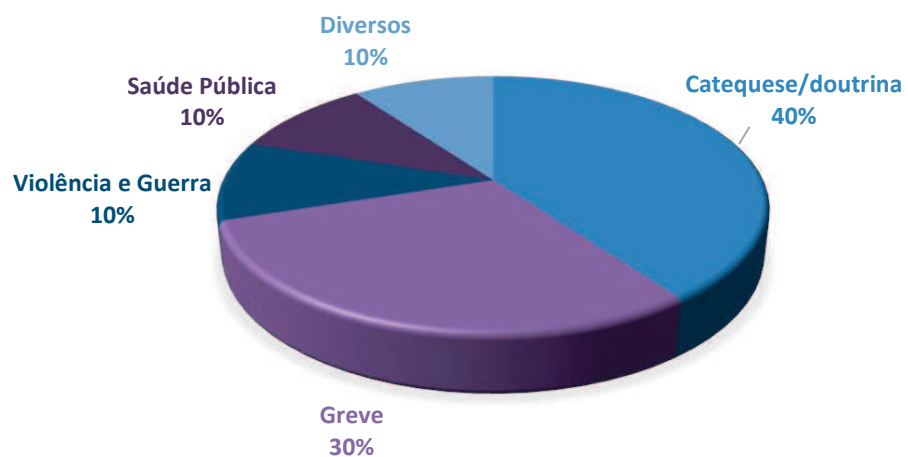
Indicadores temáticos globais

Indicadores globais	Duração
Internacional	00:01:05
Religioso	00:12:53
Social	00:13:11
Total Geral	0:27:09



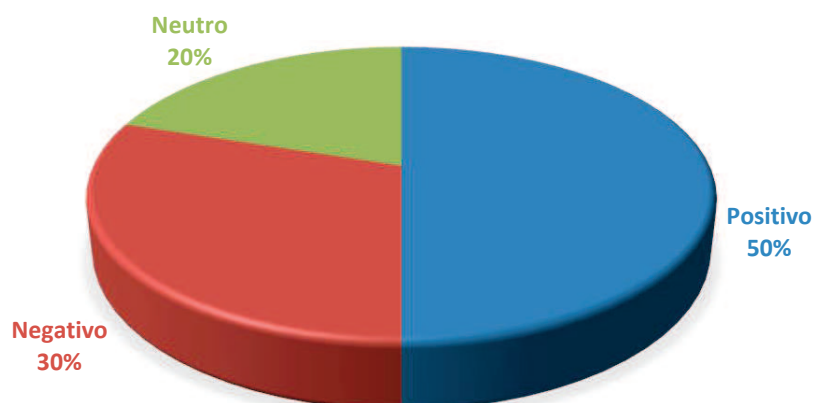
Indicadores relativos ao tema

Tema	Quantidade
Catequese/doutrina	4
Greve	3
Violência e Guerra	1
Saúde Pública	1
Diversos	1
Total Geral	10



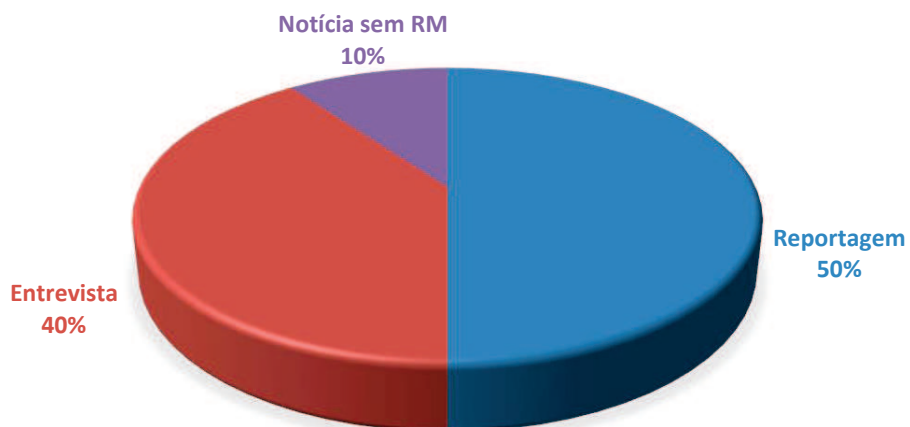
Indicadores relativos ao tom

Tom	Quantidade
Positivo	5
Negativo	3
Neutro	2
Total Geral	10



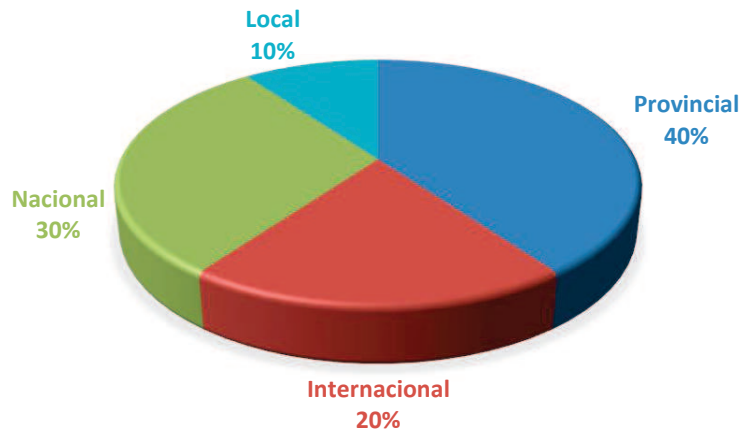
Indicadores relativos ao género noticioso adoptado

Género	Quantidade
Reportagem	5
Entrevista	4
Notícia sem RM	1
Total Geral	10



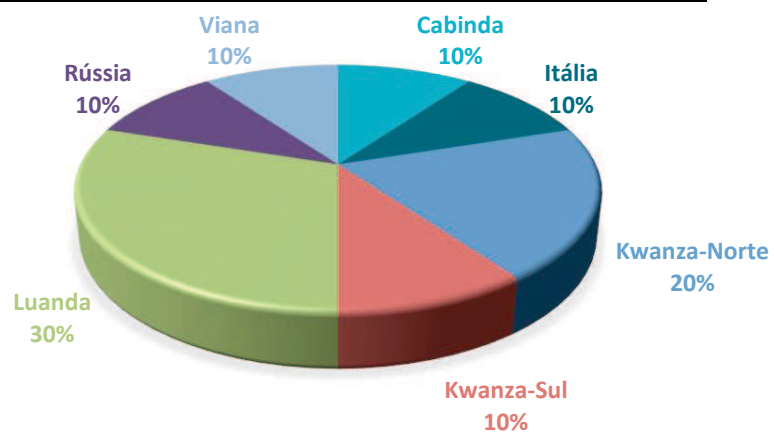
Indicadores relativos ao âmbito das notícias

Âmbito	Quantidade
Provincial	4
Internacional	2
Nacional	3
Local	1
Total Geral	10



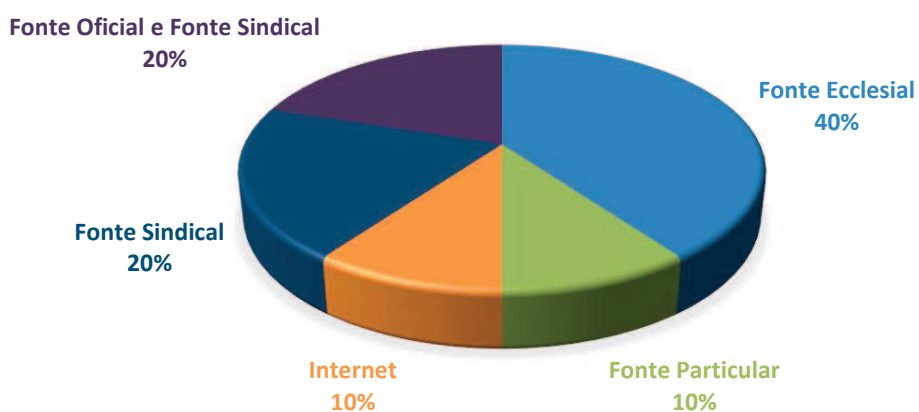
Indicadores relativos às regiões beneficiadas

Região	Quantidade
Cabinda	1
Itália	1
Kwanza-Norte	2
Kwanza-Sul	1
Luanda	3
Rússia	1
Viana	1
Total Geral	13



Indicadores relativos às fontes de informação

Fonte	Quantidade
Fonte Eclesial	4
Fonte Particular	1
Internet	1
Fonte Sindical	2
Fonte Oficial e Fonte Sindical	2
Total Geral	10



Indicadores relativos aos intervenientes

Interveniente	Quantidade
Papa	1
Bispos	1
Sacerdotes e Religiosos	2
Directores Provinciais	1
Populares/Cidadãos	2
Sindicalistas	2
Total Geral	9

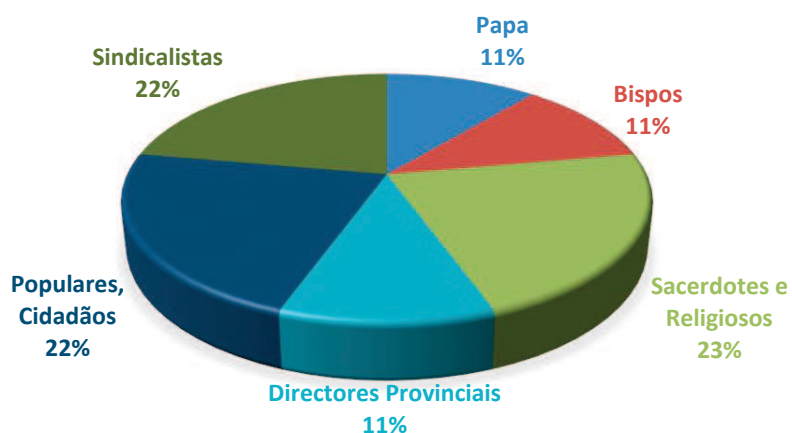
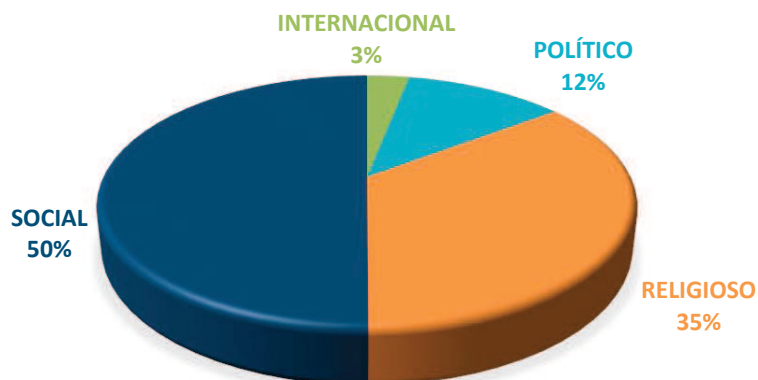


Tabela 10 - JN - Dia 07 de Abril de 2017

Indicadores globais	Tema	Tom	Interveniente	Género	Região	Âmbito	Duração	Fonte
Religioso	Diocese de Caxito e Luanda apresenta programa das celebrações da Semana Santa	Neutro	Padres Cristóvão Capitão E Rufino Tchitwe	Entrevista	Luanda e Caxito	Provincial	00:05:15	Fonte eclesial
Religioso	Recordação da Semana Santa não é um convite ao óbito de desesperados, afirma comentarista religioso da RE	Neutro	Padre Jerónimo Kahinga	Entrevista	Luanda	Nacional	00:01:45	Fonte interna
Religioso	Capítulo Provincial das Irmãs Teresianas termina com o aprofundamento do carisma educativo teresiano	Positivo	Irmã Mizé Deolinda	Entrevista	Luanda	Nacional	00:01:48	Fonte eclesial
Social	Jovem angolana tenta suicídio por problemas de Depressão	Negativo	Marta Gonçalves e Lando Geraldo (médico)	Reportagem	Luanda	Provincial	00:02:57	Fonte oficial
Social	Angola observa o terceiro dia de greve dos professores. Representante do Sindicato promete nova paralisação	Negativo	Simão Afonso (Professor), Fernando Laureano (Secretário do Sindicato de Professores)	Entrevista	Luanda	Provincial	00:03:27	Fonte particular
Social	No K.Sul, Secretário Provincial do sindicato de professores faz balanço positivo da greve dos docentes	Negativo	Celestino Lutukuta, Secretário	Reportagem	Kwanza-Sul	Provincial	00:03:14	Fonte sindical
Social	No Bengo, Professores ameaçam sair à rua para exigir transparência no processo de pagamento da dívida contraída pelo governo	Negativo	Mbaxi Paulino (Secretario do Simprof) e António Quino (Director Provincial da Educação do Bengo)	Reportagem	Bengo	Provincial	00:02:52	Fonte oficial e Fonte sindical
Político	Líderes parlamentares decidem agendar debate sobre aumento de salário da função pública	Positivo	Notícia sem RM	Notícia sem RM	Luanda	Nacional	00:00:57	Fonte oficial
Político	Secretário da Coligação Política CASA-CE diz que o país deve consolidar a paz social	Neutro	Leonel Gomes (Secretário Executivo da CASA-CE)	Reportagem	Bié	Nacional	00:01:45	Fonte partidária
Político	Candidato à Presidência pelo MPLA é apresentado em Cabinda	Neutro	Notícia sem RM	Notícia sem RM	Cabinda	Provincial	00:00:12	Fonte Partidária
Internacional	EUA lançam mísseis de alta precisão contra o regime de Ba	Negativo	Notícia sem RM	Notícia sem RM	Síria	Internacional	00:00:46	Internet
						Total	00:24:58	

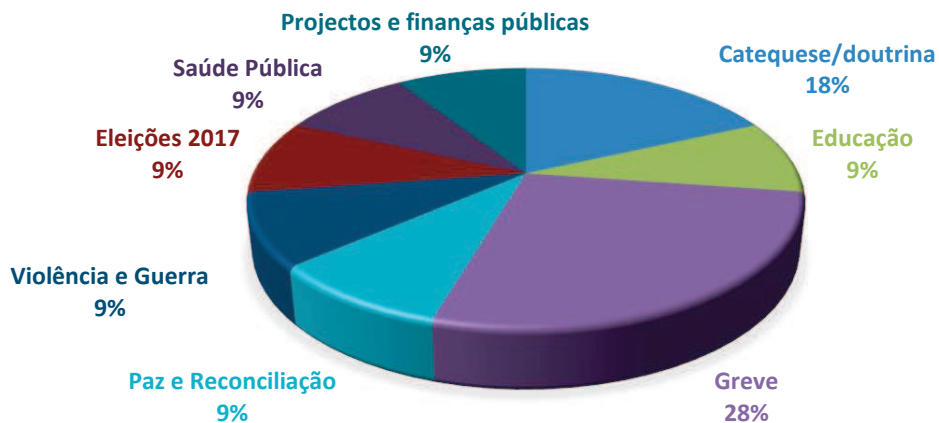
Indicadores temáticos globais

Indicadores globais	Duração
Internacional	00:00:46
Político	00:02:54
Religioso	00:08:48
Social	00:12:30
Total Geral	0:24:58



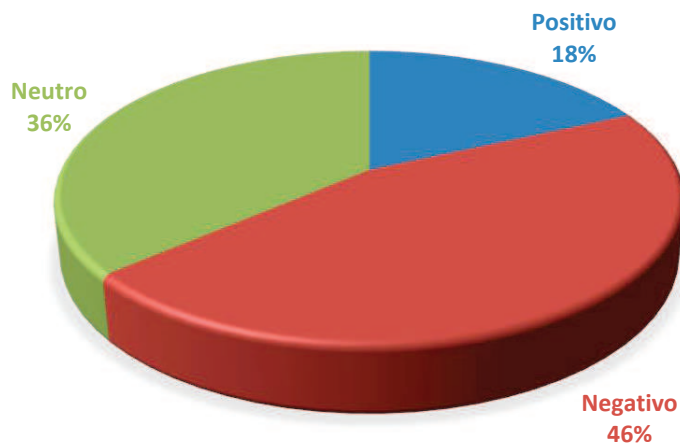
Indicadores relativos ao tema

Tema	Quantidade
Catequese/doutrina	2
Educação	1
Greve	3
Paz e Reconciliação	1
Violência e Guerra	1
Eleições 2017	1
Saúde Pública	1
Projectos e finanças públicas	1
Total Geral	11



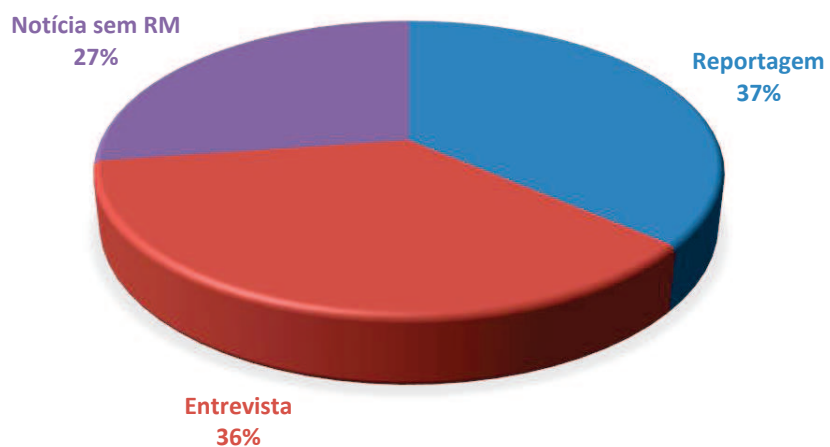
Indicadores relativos ao tom

Tom	Quantidade
Positivo	2
Negativo	5
Neutro	4
Total Geral	11



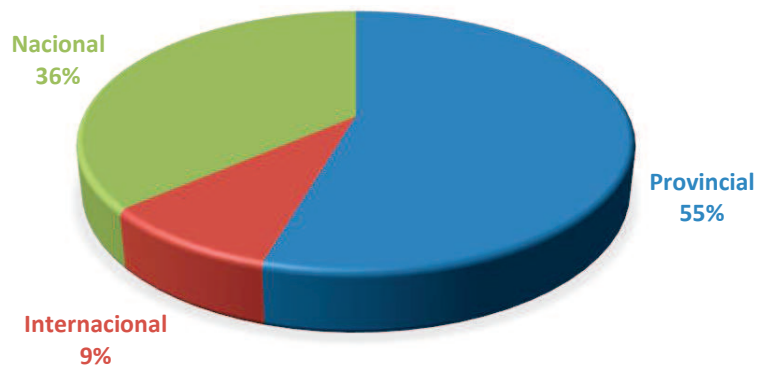
Indicadores relativos ao género noticioso adoptado

Género	Quantidade
Reportagem	4
Entrevista	4
Notícia sem RM	3
Total Geral	11



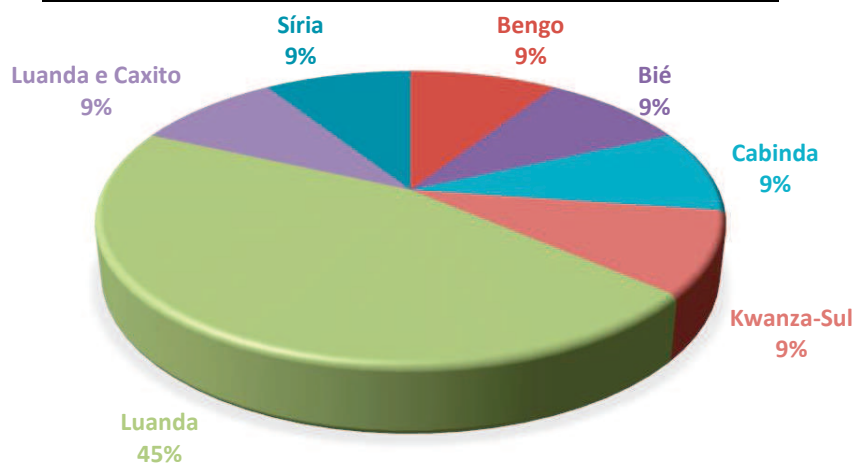
Indicadores relativos ao âmbito das notícias

Âmbito	Quantidade
Provincial	6
Internacional	1
Nacional	4
Total Geral	11



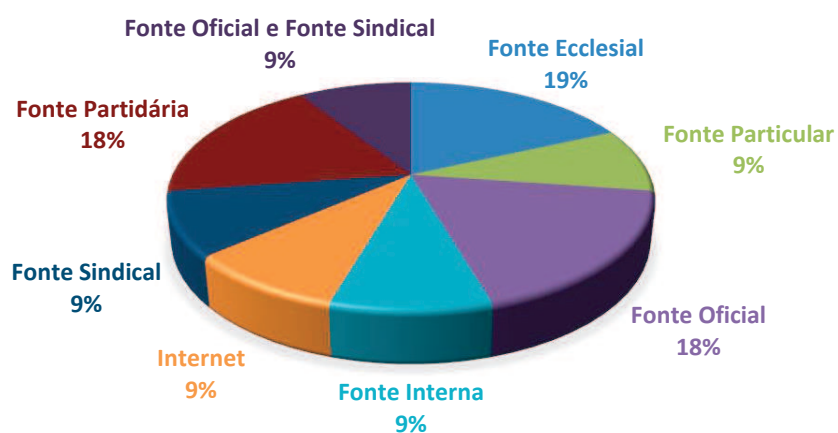
Indicadores relativos às regiões beneficiadas

Região	Quantidade
Bengo	1
Bié	1
Cabinda	1
Kwanza-Sul	1
Luanda	5
Luanda e Caxito	1
Síria	1
Total Geral	11



Indicadores relativos às fontes de informação

Fonte	Quantidade
Fonte Eclesial	2
Fonte Particular	1
Fonte Oficial	2
Fonte Interna	1
Internet	1
Fonte Sindical	1
Fonte Partidária	2
Fonte Oficial e Fonte Sindical	1
Total Geral	11



Indicadores relativos aos intervenientes

Interveniente	Quantidade
Sacerdotes e Religiosos	4
Directores Provinciais	1
Populares, Cidadãos	2
Partid.Oposição	1
Sindicalistas	1
Total Geral	9

