



UNIVERSIDADE
CATÓLICA
PORTUGUESA

JORNALISMO DE SOLUÇÕES E A COBERTURA
AMBIENTAL:
O CASO DO GRUPO COFINA

Relatório de Estágio apresentado à Universidade
Católica Portuguesa para obtenção do grau de mestre em
Ciências da Comunicação, Media e Jornalismo

Por

José Miguel Pessoa Couceiro

Faculdade de Ciências Humanas

Março de 2022



UNIVERSIDADE
CATÓLICA
PORTUGUESA

JORNALISMO DE SOLUÇÕES E A COBERTURA
AMBIENTAL:
O CASO DO GRUPO COFINA

Relatório de Estágio apresentado à Universidade
Católica Portuguesa para obtenção do grau de mestre em
Ciências da Comunicação, Media e Jornalismo

Por

José Miguel Pessoa Couceiro

Faculdade de Ciências Humanas

Sob orientação da Professora Doutora Jessica Roberts

Março de 2022

Resumo

O ambiente e as alterações climáticas assumem cada vez mais um papel de destaque na cobertura mediática, o que veio realçar as características específicas da cobertura destes temas. O jornalismo especializado em ambiente tem, deste modo, vindo a encontrar obstáculos provenientes de uma visão tradicional, do jornalismo e de conceitos como a objetividade. O conceito de jornalismo de soluções tem vindo a ganhar popularidade nas redações e entre jornalistas, em países como os Estados Unidos da América, como uma forma de contornar algumas das adversidades que o jornalismo convencional tem demonstrado. A cobertura ambiental é uma área onde, os critérios jornalísticos de negatividade estão presentes, resultando num público desmotivado, que apresenta fadiga por compaixão. O jornalismo de soluções pretende dar resposta a estas questões, ao fornecer ferramentas para combater estes problemas, e tornar o público mais envolvido.

O presente relatório de estágio pretende analisar de que forma este conceito é visto nos meios de comunicação em Portugal, e de uma forma mais específica entre os jornalistas que cobrem as temáticas ambientais, utilizando como amostra o grupo Cofina. Neste relatório foram realizadas entrevistas exploratórias aos diretores da revista Sábado e do jornal Correio da Manhã, assim como entrevistas em profundidade aos editores e jornalistas da revista Sábado, que cobrem notícias ambientais. O resultado destas entrevistas permitiu perceber que ainda existe alguma oposição, por parte dos jornalistas e editores, relativamente ao jornalismo de soluções, assim como uma adesão às funções tradicionais dos jornalistas. Este estudo também mostrou como há divergência nas conceções da importância de notícias ambientais entre a direção e os jornalistas, e que a negatividade e o conflito são critérios para a escolha de notícias sobre este tema.

Palavras-chave: *jornalismo de soluções; jornalismo ambiental; jornalismo especializado fadiga por compaixão*

Abstract

Environmental issues and climate change play an increasingly prominent role in media coverage, revealing the specific characteristics of covering these subjects. Due to that, environmental specialised journalism has encountered obstacles caused by a traditional view of journalism and concepts such as objectivity. The concept of solutions journalism has been gaining popularity in newsrooms and among journalists in countries like the United States of America, as a way to address some of the challenges traditional journalism has been facing. Environmental coverage is a subject where journalistic criteria of negativity is present, resulting in a disengaged audience, overwhelmed with compassion fatigue. Solutions journalism is a way of responding by providing tools to fight these problems and making audiences more engaged.

This internship report sets out to analyse how this concept is viewed in Portuguese media, using the *Sábado* newsmagazine as an object of study. In this report, exploratory interviews were done with the directors of both *Sábado* newsmagazine and *Correio da Manhã* newspaper, as well as in-depth interviews with editors and journalists who cover environmental news. The analysis of these interviews revealed the different perspectives and ideas journalists and editors have about solutions journalism, specifically how there is still some objection to this concept, and instead, an adherence to the traditional roles of journalists. This study also demonstrated a different perception by the editors and journalists regarding the importance of environmental news, and the use of negativity and conflict as criteria for news selection.

Keywords: *solutions journalism; environmental journalism; specialised journalism; compassion fatigue*

*“Dão-nos um bolo que é a história
da nossa história sem enredo
e não nos soa na memória
outra palavra que o medo”*

Natália Correia (1957)

Agradecimentos

Aos meus pais, pelo apoio, que permitiu que esta tese se realizasse.

Ao meu irmão, pelo exemplo e amizade, mesmo estando longe.

Aos meus amigos e amigas, por estarem presentes nos bons e maus momentos e por me lembrarem que há vida para além da tese. Vocês sabem quem são.

À minha orientadora, a professora Jessica Roberts, pela disponibilidade e prontidão em me ajudar, e por me ter apresentado ao conceito que viria a ser um dos focos desta tese.

Índice

Introdução	1
Capítulo 1: Jornalismo Ambiental	4
1.1 Jornalismo Especializado	4
1.2 Jornalismo Ambiental: Breve História e Características	7
1.3 Jornalismo Ambiental na Europa e Portugal	13
1.3.1. Espanha	13
1.3.2. França	14
1.3.3. Países Nórdicos	14
1.3.4. Portugal	15
1.4 Alterações Climáticas e Desafios	16
Capítulo 2: Jornalismo Construtivo e de Soluções	20
2.1. Jornalismo Construtivo	20
2.2. Jornalismo De Soluções e a Sua Origem	26
2.3. Compassion Fatigue e Soluções	28
2.4. Jornalismo de Soluções e a Cobertura Ambiental	33
Capítulo 3: Memória Descritiva	36
3.1. Breve Caracterização da Revista Sábado e Grupo Cofina	36
3.1.1. Grupo Cofina	36
3.1.2. Revista Sábado	36
3.1.3. Correio da Manhã	37
3.1.4. Cobertura Ambiental no Grupo Cofina	37
3.2. Relatório de Atividades	38
Capítulo 4: Metodologia	44
4.1. Objeto em estudo e objetivos da investigação	44
4.2. Estrutura metodológica	45
4.2.1. Dados Exploratórios	45
4.2.1.1 Entrevistas Exploratórias	45
4.2.2. Dados Primários	46
4.2.2.1. Entrevistas em profundidade	46
4.3. Os participantes	49
4.4. Modelo de avaliação metodológico	50
4.5. Limitações ao Estudo	52
Capítulo 5: Análise de resultados	54
5.1. Apresentação dos dados exploratórios	54
5.2. Apresentação e análise das entrevistas aos jornalistas	56

5.2.1. Entrevistas em Profundidade	56
5.3. Discussão	63
Conclusão	68
Referências Bibliográficas	73
Anexos	83

Introdução

O jornalismo ambiental tem vindo a aumentar o seu lugar de destaque no panorama mediático, desde os relatórios IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change) da Organização das Nações Unidas (ONU) que alertam para a necessidade urgente de ação para proteger o ambiente, como com a iminência das alterações climáticas. O jornalismo de soluções surge como um conceito relativamente recente, com maior desenvolvimento nos Estados Unidos da América, que veio questionar o papel dos jornalistas e a forma de fazer notícias. Com um fundamento na psicologia e nos efeitos negativos que a atual cobertura mediática tem no público, este surge como uma possível resposta aos problemas que o jornalismo está a enfrentar. Tendo em conta as características específicas do jornalismo ambiental e das temáticas por ele abordadas, este trabalho tem como tema a convergência entre os dois conceitos: jornalismo ambiental e jornalismo de soluções.

O meu interesse pelo tema do ambiente, e pelo papel do jornalismo nele, advém da minha formação, tendo-me licenciado em biologia. Assim, este trabalho permitiu conectar o meu percurso académico, unindo o meu conhecimento na área da biologia, com o conhecimento adquirido na frequência do mestrado em ciências da comunicação. O facto de o estágio ter sido realizado na revista Sábado, e em grande parte, na editoria de Sociedade, permitiu contactar com os profissionais e a realidade a ser estudada nesta investigação. Tendo em conta que a revista não possui secção de Ambiente ou Ciência, estes temas eram tratados em Sociedade, e, ao trabalhar com os jornalistas que cobrem as temáticas ambientais, e eu próprio ter realizado artigos sobre este tema, ajudou a ter uma melhor percepção da realidade.

A investigação pretende perceber qual o conhecimento e qual a percepção e opinião do conceito de jornalismo de soluções, junto dos jornalistas e editores que cobrem a temática ambiental, assim como dos diretores. Pretende-se também compreender a viabilidade de adotar esta abordagem num meio de comunicação social, a revista Sábado.

Deste modo, a pergunta de partida deste relatório é: Qual a percepção do jornalismo de soluções na cobertura noticiosa ambiental no grupo Cofina? As questões de investigação que lhe estão associadas são: 1- Qual o ponto de vista da direção da revista

Sábado e do jornal Correio da Manhã em relação ao jornalismo de soluções no geral e em específico na cobertura ambiental?; 2- Qual a importância da cobertura ambiental na revista Sábado?; 3- Quais as experiências e atitudes dos jornalistas que cobrem temáticas ambientais, em relação ao jornalismo de soluções, na revista Sábado?; 4- Quais as condições existentes, identificadas pelos jornalistas e editores, para incorporar o jornalismo de soluções na cobertura ambiental na revista Sábado?

De forma a dar resposta a estas questões foi utilizado um método de investigação qualitativo, mais concretamente, entrevistas semi-estruturadas, a jornalistas da revista Sábado, responsáveis por notícias ambientais, e aos diretores da revista Sábado e do jornal Correio da Manhã. Esta metodologia permite chegar a um conhecimento profundo, que possibilita identificar tendências e comparar perspetivas sobre o tema. Os dois grupos entrevistados (diretores e jornalistas) permitem ter uma visão tanto das concepções dos cargos de chefia como dos produtores de notícias.

Este trabalho está dividido em cinco capítulos. A primeira parte inclui os capítulos 1 e 2, que tratam da revisão da literatura. No primeiro capítulo, é abordado o conceito de jornalismo especializado e as suas particularidades. De seguida, faz-se um breve enquadramento histórico desta especialização jornalística, que é o jornalismo ambiental, revelando os ciclos de atenção mediática dada a este tema, e salientando eventos que contribuíram para o estabelecimento do jornalismo ambiental. É também abordado o seu contexto internacional e nacional, e as características e desafios da cobertura das alterações climáticas. Neste capítulo, também são abordados temas como a objetividade, imparcialidade e fadiga por compaixão, que são depois relacionados e desenvolvidos no segundo capítulo teórico.

O segundo capítulo, começa por enquadrar o conceito de jornalismo no conceito mais abrangente do jornalismo construtivo, e faz um breve enquadramento histórico de movimentos no jornalismo que questionaram o papel tradicional do jornalista, como o jornalismo de paz e o jornalismo público/cívico. É, ainda, abordada a prevalência das notícias negativas nas coberturas jornalísticas assim como explorados vários estudos realizados que demonstram o efeito destas notícias no aumento da apatia do público. De seguida, é definido o conceito de jornalismo de soluções e explicada a sua origem, a sua

situação atual, e como os jornalistas que o praticam veem a função do jornalismo. É depois abordado o conceito de fadiga por compaixão, que tem vindo a afetar cada vez mais um público assoberbado por notícias negativas. Explora-se também o papel do jornalismo de soluções neste fenómeno, mostrando como notícias realizadas com uma perspectiva de soluções vão ter um impacto mais positivo no público, na visão do mundo e na vontade de se envolver. Para terminar o capítulo, é feito o cruzamento das duas temáticas, ambiente e jornalismo de soluções, e apresentada a sua conjuntura atual no meio jornalístico, mostrando que apesar de recente, a junção destes conceitos começa a ganhar adesão.

O terceiro capítulo, diz respeito ao estágio realizado, sendo feito em primeiro lugar uma caracterização da revista Sábado e do grupo Cofina, onde esta se insere. Neste capítulo, está também presente a memória descritiva do estágio na revista Sábado, onde é relatada detalhadamente a experiência, e salientados os conhecimentos adquiridos e as tarefas realizadas.

No quarto capítulo, procede-se à metodologia da investigação, referindo os métodos escolhidos para a investigação, e para a subsequente análise dos resultados obtidos, desenvolvida no capítulo seguinte. Neste capítulo é ainda explicado o desenho metodológico, a amostra, o método de recolha e análise de dados e as limitações do estudo.

No quinto capítulo, é feita a análise e discussão dos resultados, onde são comparadas as várias posições e opiniões dos jornalistas, resultantes das entrevistas realizadas. É também realizada uma reflexão crítica sobre os dados obtidos, confrontando-os e correlacionando-os com o enquadramento teórico.

Este relatório de estágio permitiu perceber que ainda existe um desconhecimento e uma perceção errada do conceito de jornalismo de soluções entre jornalistas, editores e diretores no grupo Cofina. Chegou-se também à conclusão que a negatividade e conflito estão presentes, enquanto critério noticioso, em particular na temática ambiental.

Capítulo 1: Jornalismo Ambiental

1.1 Jornalismo Especializado

Kovach e Rosenstiel (2014) realçam que o papel do jornalismo não é definido pelos jornalistas, pelas técnicas utilizadas ou pela tecnologia, mas sim, por algo mais fundamental, *“the function news plays in the lives of people”* (p. 53). As notícias contribuem para a forma como as pessoas criam um conhecimento e uma linguagem comum, assim como ajudam a definir comunidades e a identificar os objetivos destas. O jornalismo pode então ser visto como uma *“social connection and information flow”* (Kovach & Rosenstiel, 2014, p. 55).

Deuze (2005) conceptualizou um acordo que diz ser partilhado entre os jornalistas, uma *“professional ideology”*, que é tida em conta como servindo de base cultural que une os jornalistas enquanto profissionais, e que dá estrutura aos fundamentos da identidade do jornalismo. Na base desta ideologia estão os valores profissionais tradicionais, que Kovach e Rosenstiel (2014) descrevem como os *“elementos do jornalismo”*. São estes: o jornalismo ser primariamente orientado para os factos, fornecer informação relevante no tempo certo, e requerer um certo grau de autonomia e independência. O ponto focal da identidade profissional do jornalismo é o seu papel na sociedade, que toma diversas concepções, como *“disseminator, watchdog, advocate”* (Hanitzsch & Örnebring, 2020, p. 108), podendo ser visto como um serviço profissional feito ao público, tornando-o mais do que *“just a job”* (p.108). De forma semelhante Shapiro (2014) define jornalismo como algo que engloba *“the activities involved in an independent pursuit of accurate information about current or recent events and its original presentation to the public edification”* (p. 561).

Segundo Zelizer (2005), os jornalistas têm presente características consideradas identificadoras de profissões, como *“certain levels of skill, autonomy, service orientation, licensing procedures, testing of competence, organization, codes of conduct, and training and educational programs”* (p.73).

O campo do jornalismo engloba duas vertentes, a generalista e a especialista, o que reflete, por um lado, as características do público, a quem os meios de comunicação se dirigem. Por outro, reflete também as características dos meios de comunicação em si e dos próprios jornalistas (Isani, 2007; Marchetti, 2005).

O jornalismo especializado possui assim características próprias, como se verifica pela definição do autor Fernández del Moral (1983 apud Quesada Pérez, 1998) de jornalismo especializado:

Aquella estructura informativa que penetra y analiza la realidad a través de las distintas especialidades del saber, la coloca en un contexto amplio, ofrece una visión global al destinatario y elabora un mensaje periodístico que acomoda el código al nivel propio de cada audiencia, atendiendo sus intereses y necesidades. (p. 22)

A autora Quesada Pérez (1998) refere uma outra definição de jornalismo especializado, que também vai ao encontro desta visão de um jornalismo que responde a públicos específicos:

El que resulta de la aplicación minuciosa de la metodología periodística de investigación a los múltiples ámbitos temáticos que conforman la realidad social, condicionada siempre por el medio de comunicación que utilice como canal, para dar respuesta a los intereses y necesidades de las nuevas audiencias sectoriales. (p. 23)

De uma perspetiva histórica, Ferenczi (1993 apud Neveu, 2005, p. 62) defende que esta especialização dos jornalistas “nasceu com a sua profissionalização” e que como tal constitui um elemento essencial da divisão do trabalho entre os próprios jornalistas. O jornalista especializado surge assim como um profissional que possui um certo nível de perícia numa área específica, e cujo conhecimento foi adquirido tanto por via académica como por experiência prática (Isani, 2007).

A especialização surge também como resposta da imprensa ao imediatismo da televisão e da rádio, no final da década de 1960 e início da década de 1970 (Tavares, 2009). Desta forma, a imprensa foi assumindo o objetivo de oferecer informação em profundidade, pois a notícia imediata era dada pelos meios de comunicação eletrónicos, com maior rapidez e eficácia (Quesada, 1998). O caso particular das revistas, na segunda metade do século XX, deram à especialização jornalística uma identidade, através da sua ligação com o público e das temáticas que passaram a ser exploradas (Tavares, 2008).

Tavares (2009) realça que a especialização pode ser relacionada com três vertentes: associada aos meios de comunicação específicos (jornalismo televisivo, radiofónico), ou a

temas (económico, ambiental), ou ainda pode estar associada “aos produtos resultantes da junção de ambos” (p. 115). Contudo, a especialização jornalística é associada em grande parte à evolução dos meios de comunicação e à formação de públicos cada vez mais distintos, e que procuram conteúdos específicos, abordados de forma rigorosa e em profundidade (Berganza Conde, 2005). Quesada Pérez (1998) subscreve a esta ideia, afirmando que “a atual heterogeneidade das atividades sociais, aliada à crescente especialização científica e laboral, fazem com que o público precise de uma informação completa e exata dos seus núcleos de interesse” (p. 35).

Com públicos cada vez mais exigentes, e coberturas de temas mais complexos (Berganza Conde, 2005; Quesada Pérez, 1998), as especializações dos jornalistas funcionam como uma ferramenta de perceção da realidade (Neveu, 2005). Com o surgimento da internet, e a conseqüente convergência dos media, o perfil do jornalista alterou-se, e passaram a focar-se numa informação mais personalizada. Como consequência, o jornalismo especializado tende a desenvolver-se mais, de forma a comunicar com públicos mais diferenciados (Leme e Darde, 2018; Tavares, 2011). Com esta especialização, há um tratamento em maior profundidade pelos meios de comunicação, dos respectivos campos de conhecimento (Fontcuberta, 1993), levando a um aumento das reportagens de investigação, mas também a uma aproximação e maior interação do jornalista com o público (Leme & Darde, 2018). Assistiu-se desta forma a um desenvolvimento do modo especializado do jornalismo, a um crescimento do número de revistas especializadas, e com isto, surgiram meios de comunicação especializados que procuram peritos com capacidades jornalísticas, por oposição a jornalistas generalistas (Marchetti, 2005).

Não obstante, o jornalismo especializado não está livre de críticas. Marchetti (2005) realça como muitos jornalistas especializados são estigmatizados e acusados de prestarem serviço às suas fontes, servindo de porta-vozes para as organizações que cobrem. Outra crítica feita por Marchetti (2005) relaciona-se com o facto de alguns jornalistas especializados serem retratados como tendo uma visão incompleta, demasiado técnica ou parcial.

Há autores que defendem que existem vantagens em ter jornalistas generalizados por oposição aos especializados. Fontcuberta (1993) admite que um generalista pode ser atribuído a qualquer área informativa sem que isto afete as suas capacidades profissionais. Em alguns casos, possuir conhecimento numa área específica a cobrir é visto como menos importante que uma capacidade em lidar com todos os temas. Para alguns generalistas, o jornalista não necessita de conhecimento *a priori* do assunto que vai abordar, mas sim de um domínio das técnicas jornalísticas (Marchetti, 2005).

No entanto, Quesada Pérez (1998) explica como uma redação formada por especialistas, com áreas delimitadas, terá uma maior facilidade em reduzir o número de trivialidades que chegam a uma redação, poupando tempo aos jornalistas. Também Marchetti (2005) realça este papel, ao afirmar que os jornalistas especializados estão mais inclinados para realçar a continuidade nas notícias, do que o “última hora”. Porém, este espaço especializado e o aumento do número de jornalistas especializados pode levar a uma coexistência conflituosa entre jornalistas, nas redações, com uma eventual rivalidade entre secções (Fontcuberta, 1993; Neveu, 2005).

Fontcuberta (1993) conclui que, de forma a existir um jornalismo especializado é necessário que a sua produção esteja sob a direção de jornalistas também eles especializados na área correspondente.

1.2 Jornalismo Ambiental: Breve História e Características

A interação dos humanos com o mundo natural foi um tópico comum para escritores e pensadores antigos, assim como é para os atuais (Neuzil, 2020). Diversos tipos de escritos antecederam e influenciaram o jornalismo atualmente denominado de ambiental, tal como escritores e jornalistas que escreviam sobre agricultura, ciência, natureza e *outdoor adventure*. O jornalismo ambiental tem então as suas raízes nos escritos de natureza de autores como Ralph Waldo Emerson, Henry David Thoreau e John Burroughs. Apesar de frequentemente apresentados em forma de livro, estes deram origem a um discurso ambiental focado na conservação da biodiversidade, proteção dos habitats, entre outros assuntos (Whitlock, 2020). Em alguns casos, o jornalismo ambiental ocupou o lugar deixado vago pelos jornalistas de agricultura. Muitos dos jornalistas que se

especializaram em ambiente e ciência, consideraram a agricultura uma parte importante da sua área (Neuzil, 2008).

Apesar da cobertura ambiental de forma mais regular não acontecer até aos anos 60, já existiam reportagens sobre a natureza, a vida selvagem, poluição, uso de terrenos e água a partir do final do século XIX (Neuzil, 2008). Esta criação de uma especialização de ambiente nos media seguiu o interesse do público nos anos 60 e 70. Adicionalmente, a existência de eventos dramáticos como a publicação do livro *Silent Spring* de Rachel Carson (1962), o primeiro Dia da Terra (1970) e a famosa foto do “berlinde azul” da Terra pela missão Apollo na lua (1972), contribuíram para o estabelecimento regular do ambiente nos meios de comunicação social (Cox, 2018; Neuzil, 2008).

O livro de Rachel Carson sobre os perigos ecológicos dos pesticidas, como o DDT¹, é considerado como o grande ponto de viragem para o aumento da atenção ao ambiente na década de 60. Carson tinha um mestrado em biologia marinha da Universidade de Johns Hopkins, mas também era uma jornalista reputada, tendo escrito vários artigos sobre a vida marinha e a conservação para jornais regionais e nacionais. O seu famoso livro, tinha sido previamente publicado como uma série de artigos na revista americana *The New Yorker*. A particularidade deste livro não era o facto de trazer informação nova, mas sim por apresentar uma “*journalistic synthesis of the existing literature*” (Neuzil, 2008, p. 222), no qual Rachel Carson utilizou 600 referências, e mais de 50 páginas de notas de rodapé. O impacto do livro na sociedade foi tal, que a indústria de químicos agrícolas criou uma campanha de relações públicas, como folhetos, comunicados de imprensa, brochuras e discursos, a atacar a autora, as suas credenciais científicas e até o seu género, de forma a descredibilizar totalmente os artigos de Carson (Neuzil, 2008). Esta atenção mediática ao tema dos pesticidas surgiu efeito nas mais altas esferas políticas americanas. O presidente dos EUA na época, John F. Kennedy, referenciou o livro numa conferência de imprensa e ordenou a formação de uma comissão com o propósito de investigar o tema. Duas semanas após a publicação o livro chegou às listas de best-sellers, passado um mês já estava em primeiro lugar. Carson morreu em 1964, e oito anos após a sua morte, os Estados Unidos decretaram a proibição do uso de pesticidas.

¹ DDT ou diclorodifeniltricloroetano, pesticida amplamente usado depois da segunda guerra mundial.

A cobertura ambiental foi crescendo, alcançando um ponto alto após o primeiro Dia da Terra, a 22 de abril de 1970, dia no qual mais de 20 milhões de pessoas participaram em protestos, sessões de esclarecimento e festivais por todo os Estados Unidos (Cox, 2018). Foi ainda nesta altura que se fundaram duas das mais conhecidas associações ambientalistas: World Wildlife Fund (1961) e Greenpeace (1971).

Jornalismo e notícias ambientais são, por isso, relativamente recentes, e com uma história turbulenta, começada nos anos 60, período que foi importante para a criação de um espaço nas notícias focado em assuntos ambientais complexos (Hansen, 2020). A especialização ambiental nunca foi estável, e acompanhou os ciclos de subidas e descidas, e conseqüentemente os aumentos e diminuições do número de jornalistas ambientais e o seu espaço ou tempo de antena, sendo estes ciclos guiados pelo interesse público e eventos, assim como pelas condições económicas (Friedman, 2004).

Durante grande parte dos anos 80, o jornalismo ambiental não teve grande importância (Friedman, 2004). Foi em 1988, devido a grandes secas e uma onda de calor, que o público americano começou a questionar-se sobre o que estavam a fazer ao ambiente. Um ano depois, em 1989, a revista americana Time nomeou a “*Endangered Earth*” como o planeta do ano, uma alteração ao que costumava ser a eleição pela revista da “pessoa do ano”. No primeiro ano da década de 90, foi também o ano no qual dois prémios Pulitzer foram atribuídos a histórias ambientais, o que não acontecia desde 1980.

Friedman (2004) e Cox (2018) descrevem a década de 90 como o período onde o jornalismo ambiental cresceu e desenvolveu com a ajuda da internet e da criação de uma organização profissional, a Sociedade de Jornalistas Ambientais (SEJ). A SEJ cuja missão é “*strengthen the quality, reach and viability of journalism across all media to advance public understanding of environmental issues*” (SEJ, 2021), criada em 1989-90 nos EUA por 19 jornalistas, conta agora com mais de 1.400 membros de mais de 33 países (Neuzil, 2008, 2020).

O ambiente foi o foco da atenção global em 1992, ano em que a Organização das Nações Unidas organizou a Conferência sobre Ambiente e Desenvolvimento (*Earth Summit*), no Rio de Janeiro, evento que recebeu cobertura diária durante quase duas semanas (Neuzil, 2008). Foi nesta conferência que foi acordado o conhecido Protocolo de

Quioto, que estabeleceu objetivos para a redução de efeitos de gases de estufa, o qual gerou uma cobertura mediática volumosa também (Neuzil, 2008).

Esta especialização em jornalismo ambiental que triunfava no final dos anos 80, começou a desaparecer com o avançar da década de 90. Com a eleição do presidente George W. Bush em 2000, ocorreu um novo arranque da cobertura mediática relacionada com o ambiente, em particular sobre temas relacionados com combustíveis fósseis, tal como a exploração de petróleo. Contudo, este breve pico de atenção sofreu uma queda depois do atentado de 11 de setembro de 2001, que mudou o foco dos media para os assuntos políticos internacionais (Friedman, 2015; Neuzil, 2008).

As histórias também mudaram ao longo do tempo, passando de notícias simples e relacionadas com eventos (de poluição), para histórias com maior alcance e complexidade, tais como “*land use management, global warming, resource conservation, and biotechnology*” (Friedman, 2004, p. 176). A prevalência do ângulo noticioso levava a um reducionismo que não permitia a contextualização, o que por sua vez fazia com que a complexidade do tema fosse negligenciada (Girardi, Loose & da Silva, 2018). Sachsman (1976, apud Hansen, 2020), descobriu que mais de metade das notícias e reportagens ambientais tinham como origem comunicados de imprensa e campanhas de relações públicas. Nesta época, muitas das notícias elaboradas consistiam numa repetição pouco alterada de tais documentos, provenientes de fontes com autoridade, sendo o governo a fonte dominante nas notícias ambientais (Sachman, Simon, & Valenti, 2017). A visão inicial do jornalismo ambiental, nos anos 60, era conservacionista da natureza. No entanto, influenciado em grande parte pela obra de Rachel Carson, os ângulos dominantes passaram a ser o do risco e impacto para a saúde humana, assim como a justiça ambiental. Já nos anos 90, passam a ser os custos financeiros que marcam o enquadramento jornalístico (Sachman, Simon, & Valenti, 2017).

Friedman (2015) realça também como a convergência nos media, o “*downsizing*” e o desenvolvimento da internet e dos media digital resultaram numa redução, e em certos casos eliminação, de especialistas da área ambiental nos meios de comunicação tradicionais. A cobertura ambiental tornou-se mais dispersa pelas diferentes editorias e sob a responsabilidade de jornalistas generalistas e não especialistas. À medida que as histórias

foram ficando mais complexas e difíceis de reportar, os meios de comunicação reduziram o espaço e tempo alocados a este tema (Neuzil, 2008). Esta mudança trouxe potenciais implicações para a qualidade, precisão e investigação da cobertura ambiental (Friedman, 2015; Hansen, 2020). Outro fator responsável foi o surgimento de meios de comunicação online, nas redes sociais, especializados e focados no ambiente (Neuzil et al., 2018).

Vários estudos têm demonstrado como a especialização de jornalismo ambiental difere das outras especializações em jornalismo. Por um lado, há uma maior probabilidade de afinidade com os assuntos promovidos pelos grupos de interesse ambiental (Bruggemann & Engesser, 2014; Sachman, Simon, & Valenti, 2017). Por outro, estudos refletem a maior tendência de jornalistas ambientais, e de outras especializações próximas (ciência, tecnologia, saúde e medicina) tendem a manterem-se durante bastante mais tempo na sua especialização, que jornalistas de outras áreas (Friedman, 2004). Também estes jornalistas têm uma maior probabilidade de ter uma licenciatura num curso de Ciências (Bruggemann & Engesser, 2014; Sachman, Simon, & Valenti, 2017).

Os valores profissionais do jornalismo ambiental ditam que, a reportagem, tem de ser equilibrada, correta e baseada em factos com origem em fontes credíveis (Dunwoody, 2014 apud Hansen 2020), estratégias jornalísticas que foram sendo utilizadas para manter a legitimidade e credibilidade das reportagens. Na prática, as normas de objetividade e equilíbrio encontram dificuldades, particularmente no jornalismo ambiental (Cox, 2018; Fahy, 2018; Palen, 1999). Como consequência, de forma a alcançar esta objetividade, aumentou a necessidade em confiar em fontes credíveis, ou seja, fontes cuja experiência e conhecimento o público vai confiar como sendo verdadeiro (Cox, 2018).

A objetividade pode ser definida a partir de três aspetos principais, segundo Dennis e Merrill (1984, p.8), “*separating facts from opinion, presenting an emotionally detached view of the news*” e “*striving for fairness and balance*” (apud Maras, 2013). Também a visão de Schudson (2001) vai ao encontro desta definição, ao ver a objetividade como um guia para os jornalistas separarem factos de valores e reportar apenas os factos, de uma forma distante e não emocional (apud, Maras, 2013). Já Tuchman (1972), vê esta norma não como “uma garantia de veracidade ou neutralidade política, mas antes como um dispositivo de proteção dos jornalistas contra as críticas e os ataques de que são alvo”

(apud Neveu, 2005, p. 81). É uma escolha que pretende mostrar que “são os factos que falam por si e não a subjetividade de quem escreve” (p. 81). Contudo, desde a criação desta especialização nos anos 60 que os jornalistas ambientais cobrem assuntos onde os factos são postos em causa, onde a perícia é posta em causa, factos e valores se misturam, a incerteza é fabricada, e onde tais assuntos envolvem divisões ideológicas (Fahy, 2018).

O primeiro problema conceptual que o jornalismo ambiental enfrentou foi a dicotomia entre objetividade e ativismo (Fahy, 2018). Como no início o próprio movimento ambientalista era considerado uma causa de ativistas, a cobertura de tais assuntos começou a levantar questões relacionadas com o profissionalismo dos jornalistas, e muitos eram criticados pela falta de objetividade (Fahy, 2018; Palen, 1999). Os jornalistas estabeleceram a sua autoridade ao utilizar práticas da ciência, em específico no contexto de objetividade (Fahy, 2018; Priest, 2015).

A preocupação em seguir esta norma contrastava com o jornalismo ativista, que pode ser definido como um jornalismo que apresenta as notícias de um ponto de vista distinto, que não separa factos de valores, e que é motivado por uma agenda social ou política (Waisbord, 2009). A criação da Sociedade de Jornalistas Ambientais, que surgiu numa altura em que os jornalistas ambientais procuravam diferenciar-se dos jornalistas ativistas, tentou, com pouco sucesso, estabelecer critérios para uma cobertura objetiva (Palen, 1999). No entanto definiu objetividade como “*independence from vested interests*” (Palen, 1999, p. 159).

O debate da objetividade entre jornalistas ambientais continua nos dias de hoje, e, nos Estados Unidos da América, apesar de a totalidade aderir à ideia de objetividade, mais de 35% dos entrevistados acredita que por vezes devem ser ativistas pelo ambiente, e por outro lado, cerca de 38% acredita que os seus colegas são demasiado a favor do ambientalismo (Sachsman, Simon, & Valenti, 2017).

Porém, a ideia de uma cobertura equilibrada, levada a um extremo, em certos assuntos caracterizados por debates e posições muito polarizadas, pode resultar numa cobertura noticiosa que não reflete a realidade do consenso científico, que é uma realidade, sobre certo assunto (Boykoff & Boykoff, 2004; Hansen, 2020). Como é o caso das

alterações climáticas, assunto que vai ser desenvolvido no capítulo homónimo que se segue.

1.3 Jornalismo Ambiental na Europa e Portugal

1.3.1. Espanha

Em Espanha o jornalismo ambiental é pouco estudado, no entanto as suas origens estão associadas à década de 70. Com um atraso em comparação a outros países, devido ao regime político no qual Espanha se encontrou durante vários anos (Mercado-Sáez & Chavez, 2020). Em semelhança com outros países, este jornalismo surgiu com a evidência e consciencialização da deterioração da natureza, e a emergência de novas tecnologias com riscos, como a energia nuclear (Sachsman, Simon, & Valenti, 2017).

Em 1976 foi fundado o jornal *El País*, e como o seu similar francês, *Le Monde*, incluía uma secção de Ecologia, a primeira a existir em Espanha, onde era empregado um jornalista que se dedicava exclusivamente a assuntos ambientais (Mercado-Sáez & Chavez, 2020). Um ano depois, em 1977, foi criada a Associação de Jornalistas Ecológicos da Catalunha, a qual integrava jornalistas ambientais ativistas. Nos anos 80 apesar dos assuntos ambientais terem algum tempo de antena nos meios de comunicação, o jornalismo de investigação na área era raro (Montse Quesada, 1987 apud Mercado-Sáez & Chavez, 2020).

Em 1994 foi criada a *Asociación de Periodista de Información Ambiental* (Associação de Jornalistas de Informação Ambiental em português), que tinha como objetivo garantir a independência e objetividade da informação (Mercado-Sáez & Chavez, 2020). Em 1995 esta organização realizou o seu primeiro congresso profissional, onde se concluiu que o principal problema com o jornalismo ambiental era a falta de repórteres especializados (Zorrilla, 1995 apud Mercado-Sáez & Chavez, 2020).

Na maioria dos casos as editorias “local” ou “sociedade” englobam as notícias sobre ambiente, obrigando os jornalistas especializados a cobrir outros assuntos, prejudicando a cobertura ambiental (Mercado-Sáez & Chavez, 2020).

1.3.2. França

Em França, desde os finais dos anos 60 que as notícias sobre temáticas ambientais penetram nos órgãos de comunicação social, em grande parte devido à dedicação dos jornalistas em defenderem assuntos ecológicos nas redações. De tal forma que a primeira geração de jornalistas ambientais era caracterizada por serem ativistas, algo que acontecia ainda nos anos 70, onde muitos dos jornalistas ambientais eram membros de Organizações não Governamentais ambientais (Reinert, 2020). Vinte anos mais tarde, com as questões ambientais a entrarem no debate de políticas públicas, os jornalistas ambientais procuraram ganhar mais legitimidade para a sua profissão, ao quererem libertarem-se do rótulo de ativistas e ganhar o de especialistas, com a editoria de ambiente a ficar institucionalizada ao lado de categorias como “política” e “economia” (Reinert, 2020). Em 1969 surgiu em França a Associação de Jornalistas para a Natureza e Ecologia (JNE), como parte de uma federação de associações de proteção da natureza (*France Nature Environnement*). No contexto da legitimação da profissão de jornalista ambiental, em 1994 a JNE dividiu-se e deu origem a uma segunda associação, a Associação de Jornalistas pelo Ambiente (Reinert, 2020).

1.3.3. Países Nórdicos

Já os países nórdicos são frequentemente elogiados como sendo um exemplo no que concerne às questões ambientais. No entanto, o panorama mediático ambiental é afetado pela dimensão relativamente pequena do mercado mediático, resultando em poucos jornalistas a cobrir assuntos ambientais a tempo inteiro (Lyytimaki, 2020). A Associação Finlandesa de Jornalistas Ambientais, fundada em 1991, tem cerca de 120 membros ativos, a maioria a cobrir esta temática em tempo parcial. A Associação Sueca de Jornalistas Ambientais, criada um ano antes, possui cerca de 100 membros. Estes números são bastante reduzidos quando se tem em consideração o total de jornalistas, sendo que as associações nacionais de jornalistas de ambos os países possuem cerca de 15 mil membros cada (Lyytimaki, 2020).

1.3.4. Portugal

Portugal não tem uma forte tradição de ambientalismo (Horta & Carvalho, 2016). Semelhante ao que aconteceu em Espanha, o regime ditatorial que governou o país até 1974, reprimia movimentos de cidadãos e uma participação cívica, levando a que não houvesse quase nenhum movimento pela defesa ambiental (Figueiredo & Fidélis, 2003).

No final dos anos 60 e início dos anos 70 aconteceram vários eventos a nível internacional, que levaram a um aumento da consciência dos assuntos ambientais a nível nacional. Entre eles a criação do primeiro Ano Europeu da Conservação da Natureza em 1970, e a participação de Portugal na Conferência de Estocolmo, o primeiro evento mundial sobre ambiente, em 1972. No entanto, foi apenas nos anos 80 que os assuntos ambientais surgiram enquanto preocupações sociais (Figueiredo & Fidélis, 2003).

Como em alguns países, nomeadamente Espanha, a participação no Ano Europeu do Ambiente, em 1987, e na Conferência das Nações Unidas no Rio de Janeiro, em 1992, que teve como objetivos estabelecer medidas para o controlo das alterações climáticas e para a preservação da biodiversidade, mostraram ser acontecimentos chaves para o aumento da visibilidade pública das questões ambientais e da sua correspondente cobertura mediática (Horta & Carvalho, 2016; Mercado-Sáez & Chavez, 2020). O aumento da atenção dos meios de comunicação social em Portugal dada a temáticas ambientais tende a coincidir com eventos internacionais, o que, por contraste, não acontece relativamente a eventos nacionais (Carvalho, 2010; Horta & Carvalho, 2016).

É então a partir dos anos 80, que se assiste a um aumento dos programas relacionados com o ambiente, assim como o número de notícias sobre causas ambientais no programa noticiário da noite (Horta & Carvalho, 2016). Considerando que a televisão tem sido a principal fonte de informação do público Português (EC, 2015), esta mudança torna-se mais significativa. Na década de 90, Schmidt (2016) retrata a época como de inovação, em particular para as novas seções, como as de Ciência e de Ambiente, assim como o aparecimento de mais seções de Ambiente nos novos meios de comunicação social e jornalistas especializados nesta área. Schmidt (2016) refere ainda a título de exemplo a investigação do jornal Expresso em conjunto com a Universidade de Lisboa, a organização

ambiental Quercus e a organização de defesa do consumidor, Deco, para uma análise à qualidade da água de abastecimento em Portugal.

1.4 Alterações Climáticas e Desafios

A cobertura mediática das alterações climáticas tem vindo a aumentar nos últimos 25 anos, no entanto, esta temática ainda está muito atrasada quando comparada a cobertura de outros assuntos políticos e sociais, ao receber apenas uma fração da atenção que é dada a economia, saúde, e crime (Boykoff, 2011). Não obstante, no seu estudo da cobertura das alterações climática por jornais em 27 países, entre 1996 e 2010, Schmidt, Ivanova e Schaefer (2013) concluíram que, se a cobertura das alterações climáticas varia em ciclos, com altos e baixos, a atenção da comunicação por esta temática tem aumentado de forma significativa em todos os países.

No início, muita da comunicação era focada em descobertas científicas e reportagens síntese, ou, por vezes, despoletadas por eventos extremos, ou conferências de alto nível ou reuniões políticas. Os órgãos de comunicação social, marcados por uma norma de “balanço”, ajudaram a construir e ampliar o discurso sobre as alterações climáticas como uma “batalha” entre factos não provados de ambos os lados. O público, sem treino e distraído para acompanhar os detalhes de um debate sobre assuntos científicos complexos, ficou vulnerável (Moser, 2010, 2016).

Depois de mais de 20 anos de progresso científico e um consenso científico muito maior, a comunicação pública, feita sobre as alterações climáticas, já não é uma discussão entre dois lados iguais. Em 1998, foi criado o Painel Intergovernamental das Nações Unidas sobre as Alterações Climáticas (IPCC), através do Programa das Nações Unidas para o Ambiente (PNUA) e da Organização Meteorológica Mundial (OMM), que já publicou seis relatórios, o primeiro em 1990 e o sexto em 2022. Estes relatórios, que analisam o nível de conhecimento científico sobre as alterações climáticas, concluíram que a sua causa é inequivocamente antropogénica, e que *“climate change is affecting nature, people’s lives and infrastructure everywhere”* (IPCC, 2022).

É raro um tema ambiental estar relacionado com tantas disciplinas e tantos tipos de investigação, e ao mesmo tempo ser um assunto notoriamente político, como é o caso das

alterações climáticas. Assim, reportar as alterações climáticas requer um conhecimento em vários campos de investigação como a habilidade de ter em conta vários tipos de abordagens epistemológicas (Callison, 2014). Bruggemann (2017) considera que a cobertura das alterações climáticas não pode ser considerada uma especialização independente do jornalismo, pois a grande maioria dos jornalistas que reporta estes temas, fá-lo de forma ocasional e possuem percursos de vida variados.

Moser (2010) enumera as características específicas que tornam as alterações climáticas uma temática desafiante e particular de comunicar. A primeira característica que o autor considera é a falta de visibilidade ou de imediatismo, como é o caso das emissões de gases de efeito estufa. A segunda dimensão desta falta de imediatismo é a distância geográfica ou temporal entre a causa e o efeito. A emissão de gases de efeito estufa não leva imediatamente a um impacto notável e visível. Adicionalmente, estes impactos não sentidos e desconectados têm de competir pela atenção do público com necessidades físicas, profissionais, económicas ou obrigações sociais, sentidas a curto prazo (Moser, 2010). Bruggemann (2017) também realça que estas características fazem com que comunicar as alterações climáticas constituam um desafio para os jornalistas, por entrar em conflito com as lógicas dos media estabelecidas. Enquanto no jornalismo “tradicional” o mundo é dividido por vários eventos de curto-prazo, e onde as categorias geográficas (local, nacional, e internacional) estão compartimentalizadas, as causas e efeitos das alterações climáticas têm uma escala temporal de décadas e séculos, e transcendem as fronteiras geográficas (Bruggemann, 2017).

Paralelamente, também existe uma dificuldade em ver a relação entre as ações de mitigação e as mudanças positivas no ambiente. Outro assunto chave na comunicação das alterações climáticas inclui a enorme complexidade e incerteza associada ao tema. Se por um lado nas últimas décadas, a ciência fez um enorme progresso em perceber as alterações climáticas e a alcançar um consenso (IPCC, 2022), a incerteza foi utilizada várias vezes na comunicação, de forma a criar um aparente debate sobre um assunto onde havia pouco desacordo (Boykoff & Boykoff, 2004; Gibson et al., 2015; Moser, 2010). O jornalismo é focado em fornecer factos objetivos e não está preparado para lidar com as incertezas inerentes ao tema das alterações climáticas. A comunicação destas incertezas, de um

problema global, complexo e invisível, tem de competir com desafios próximos e conhecidos como alimentar a família, receber uma educação, manter um emprego e até a saúde (Bruggemann, 2017).

Estes desafios têm implicações importantes na comunicação das alterações climáticas. Primeiramente, as alterações climáticas são um tema difícil de perceber para a maioria do público em geral, o que exige que a comunicação seja feita de uma forma mais simples e clara, de forma a permitir a construção de uma base para um processo cognitivo mais apropriado (Moser, 2010).

Moser (2010) cria três categorias para o tipo de comunicação, consoante o seu objetivo. O primeiro, e onde a maioria das notícias se insere, é para “*inform and educate individuals about climate change*” (p. 38). Nesta categoria não há a intenção de dizer às pessoas como reagir ao problema, mas apenas informar e educar o público quanto a novos desenvolvimentos. A segunda categoria tem o propósito de “*achieve some type and level of social engagement and action*” (p. 38), envolvimento este que pode ser comportamental ou político. A principal diferença entre as duas categorias é que esta permite facilitar um envolvimento ativo, o que requer que as alterações climáticas e as ações propostas sejam tornadas pessoais, locais e urgentes (Moser, 2010).

Como as alterações climáticas são algo irreversível nas escalas temporais humanas, e não têm uma solução rápida e fácil, surgem questões importantes em como comunicar um assunto que não “desaparece”, que necessita de um envolvimento a longo prazo, e que pode produzir frustração à medida que as ações de mitigação não vão produzir resultados imediatos. Já há atenção mediática no termo “*green fatigue*”, e há repórteres a criticar a falta de “*newsworthiness*” deste assunto persistente (Gibson et al., 2015; Moser, 2010). Também devido à urgência e seriedade das alterações climáticas, autores sugerem que seja necessário a mobilização em massa, e examinar como comunicar urgência sem paralisar ou sobrecarregar o público (Moser, 2010).

No caso da cobertura das alterações climáticas, fazer uma cobertura equilibrada pode ser considerada uma forma de viés informativo (Boykoff & Boykoff, 2004, Cox, 2018). Ao analisar a cobertura das alterações climáticas dos principais jornais nos EUA, Boykoff e Boykoff (2004) concluíram que, numa tentativa de manter as normas

profissionais de equilibrar diferentes opiniões, deram demasiada representação do ceticismo acerca das alterações climáticas. Esta cobertura, levou a que o consenso existente na comunidade científica fosse minimizado, criando-se uma sensação de incerteza no público, ao ser produzida uma cobertura falsamente equilibrada de ambos os lados do debate (Boykoff & Boykoff, 2004; Gibson et al., 2015). Como refere Entman (1989, p.30 apud Boykoff & Boykoff, 2004) *“balance aims for neutrality. It requires that reporters present the views of legitimate spokespersons of the conflicting sides in any significant dispute and provide both sides with roughly equal attention”*.

No entanto, estudos mais recentes (Bruggemann & Engesser, 2014; Gibson et al., 2015, Hansen, 2020) argumentam que esta explicação para a presença mediática dos negadores das alterações climáticas, não pode continuar a ser atribuída a esta norma jornalística, pois já não é tão presente na cobertura das alterações climáticas. Os negacionistas continuam a ter uma representação excessiva na comunicação social, tendo em conta a sua posição não científica (Bruggemann & Engesser, 2017), mas a reportagem “equilibrada” tem vindo a ser substituída por uma contextualização ativa e uma avaliação das opiniões contrárias. Cada vez mais, os jornalistas defendem aplicar a abordagem *“weight of evidence”* (Dunwoody, 2005) (peso das provas em português), pelo qual as notícias devem refletir o estado da literatura científica (Hiles & Hinnant, 2014).

Gibson et al. (2015) entrevistaram vários jornalistas ambientais, e descobriram uma tendência geral de substituir a cobertura “equilibrada” por uma cobertura dos impactos locais e regionais das alterações climáticas. No estudo que Hiles e Hinnant (2014) realizaram, a maioria dos jornalistas entrevistados continua a acreditar na objetividade, mesmo quando a rejeitam ou lhe dão uma nova definição. Estes jornalistas mostram uma grande aderência às normas tradicionais do jornalismo, mas ao mesmo tempo adaptaram-nas às exigências da cobertura das alterações climáticas.

Se por um lado esta cobertura mediática falsamente equilibrada está a desaparecer, as histórias são focadas no conflito e na negatividade, e por isso atraem atenção. Esta continuação à aderência a estes valores noticiosos explica o destaque contínuo de negacionistas na cobertura pelos jornalistas, que estão conscientes do consenso científico (Bruggemann & Engesser, 2014).

Capítulo 2: Jornalismo Construtivo e de Soluções

2.1. Jornalismo Construtivo

O jornalismo construtivo é um conceito relativamente recente e pouco abordado na literatura acadêmica. De entre os acadêmicos que tentaram definir o conceito, destaca-se Cathrine Gyldensted, uma jornalista e investigadora dinamarquesa e grande propulsora do movimento do jornalismo construtivo. Gyldensted realizou o mestrado em psicologia positiva pela Universidade da Pensilvânia, onde na sua tese sugeriu e testou empiricamente a aplicação da psicologia positiva às notícias (Gyldensted, 2011). Gyldensted (2015) definiu o conceito de jornalismo construtivo como um jornalismo que:

Implements techniques from positive psychology and related fields. Stories have a high importance to society. Adheres to one or more of journalism's core functions, i.e: Serving as a watchdog, alerting the public of potential threats, disseminating important information in order to create an informed electorate. (p. 13)

O jornalismo construtivo “*employs a public-oriented perspective and seeks to cover current affairs and news, adding solution-, action- and future oriented perspectives*” (Hermans & Gyldensted, 2019, p. 536). Este tipo de jornalismo reivindica que as notícias devem incluir mais diversidade, e inclusividade de opiniões e perspectivas. É por isso importante, que os jornalistas desenvolvam um sentimento de responsabilidade pelo impacto que as notícias podem ter tanto a nível individual como a nível societal (Hermans & Gyldensted, 2019).

Karen McIntyre, outra autora de referência na área, realizou a sua tese de doutoramento, na Universidade da Carolina do Norte - Chapel Hill, em 2015, sobre jornalismo construtivo e de soluções, a primeira no mundo, e tem realizado um trabalho importante para estabelecer o conceito na academia e conduzido uma investigação relevante para perceber o seu impacto. Gyldensted (2015) afirma que o jornalismo deve buscar conhecimento às ciências comportamentais, como a psicologia positiva, de forma a mitigar o enviesamento na forma como os jornalistas reportam o mundo. O campo da psicologia positiva surgiu devido ao foco exclusivo da Psicologia, enquanto disciplina, na patologia, que resultou na criação de um modelo do ser humano onde faltava o lado positivo (Seligman & Csikszentmihalyi, 2000). Segundo estes autores a psicologia

focou-se em perceber como as pessoas “*survive and endure conditions of adversity*” e por outro lado ignorou “*how normal people flourish under more benign conditions*”, não dando valor às experiências de bem-estar, satisfação, esperança e otimismo (p. 5). Por oposição, o objetivo da psicologia positiva vai ao encontro do objetivo do jornalismo construtivo, de melhorar o bem-estar individual e da sociedade, ao aplicar ferramentas da psicologia positiva às notícias (McIntyre & Gyldensted, 2017; Seligman & Csikszentmihalyi, 2000; Gyldensted, 2015).

De forma a criar uma definição sistemática do conceito, que incorpore os elementos-chave, McIntyre e Gyldensted (2017) estabelecem uma definição de jornalismo construtivo, baseada na definição de McIntyre (2015) da sua tese de doutoramento, como, “*an emerging form of journalism that involves applying positive psychology techniques to news processes and production in an effort to create productive, accurate and engaging coverage, while holding true to journalism’s core functions*” (p. 23).

Apesar do jornalismo construtivo ser um movimento relativamente recente, tem as suas raízes em formas mais antigas de jornalismo, como o jornalismo de paz e o jornalismo cívico/público (Wenzel et al., 2018). A ideia de que os jornalistas devem fornecer ao público algo mais do que apenas más notícias, têm assim a sua origem em movimentos mais antigos do jornalismo.

Nos anos 60 e 70 surgiu um movimento de académicos e jornalistas, que questionava as convenções das construções de notícias, a sua dependência do conflito e as referências negativas enquanto valor noticioso (Hanitzsch, 2007). O sociólogo Johan Galtung defendia um “jornalismo de paz” como oposição ao *status quo* a que ele chamava “jornalismo de guerra” (Galtung, 1986 apud Wenzel et al., 2018). O jornalismo de paz, como uma forma de jornalismo socialmente responsável, pode ser definido como um “*program or frame of journalistic news coverage which contributes to the process of making and keeping peace*” (Hanitzsch, 2004, p. 484). Este novo modelo que Galtung defendia assemelhava-se mais às reportagens sobre saúde, nas quais os jornalistas eram encorajados a analisar as causas e estratégias para a prevenção da doença (Galtung & Fischer, 2013). Os defensores do jornalismo de paz criticam os critérios da seleção noticiosa que prevalece no jornalismo, entre eles, o negativismo (Hanitzsch, 2007).

Os jornalistas do movimento de jornalismo cívico tiveram o seu auge durante os anos 1990, e focaram-se em motivar o público para contribuir para o processo democrático, através de métodos como a organização de debates públicos (Rosen, 1999 apud Lough & McIntyre, 2019). O jornalismo cívico (ou público) acredita que os media devem ser um participante ativo na sociedade, que incentiva o discurso público e que cativa as pessoas. Merritt (1995) descreve este movimento, afirmando que os jornalistas que praticam o jornalismo público acreditam que “*journalism must play a role in democracy beyond the bare provision of information, background and analysis*” (p. 263).

Críticos deste movimento argumentam que, os jornalistas ao saírem do papel de informador, podem pôr em risco a sua credibilidade, e podem-se posicionar como ativistas e participantes nos assuntos que cobrem. Porém, os seus apologistas, defendem que deixar a tradição de imparcialidade, exigida aos jornalistas, não significa deixar a objetividade (Merritt, 1995). Este movimento voltou a trazer atenção para o debate sobre se o jornalista é apenas um observador, ou um ator envolvido que pode moldar o discurso público. O jornalismo cívico defendia a segunda visão, pois o jornalista deve criar a sua narrativa de acordo com as comunidades que representa, a fim de criar a possibilidade de estas se envolverem nos assuntos que as afetam (Massey, 1998).

Tal como o jornalismo público, o jornalismo de paz é fundamentado num compromisso com a ideia de participação cívica (Lee & Maslog, 2005). O comum a estas formas alternativas de jornalismo é o papel mais ativo e envolvido que o jornalista tem na construção da notícia. Ambos os movimentos jornalísticos questionam e propõem uma mudança dos princípios do jornalismo. O jornalismo de paz põe em causa a norma da objetividade, enquanto o jornalismo cívico considera que os jornalistas devem tomar um papel mais ativo nas comunidades (Wenzel et al., 2018). Este modo mais participativo de ver o jornalismo pode ser considerado contrária a um dos princípios basilares do jornalismo, a objetividade, que vê o jornalista como um espelho imparcial da realidade (Lee & Maslog, 2005). Como tal, este campo de jornalismo encontrou muita resistência por parte de jornalistas mais tradicionais, e o movimento acabou por desaparecer do discurso dominante (Wenzel et al., 2018).

Os críticos do jornalismo de paz também argumentam que este movimento coloca nos jornalistas uma responsabilidade excessiva de corrigir os problemas globais, em vez de a colocar nos decisores políticos (Hanitzsch, 2004, 2007). Por outro lado, os seus defensores sugeriam que a objetividade é na verdade um obstáculo que impede o jornalismo de ter um papel mais construtivo na vida pública (Iggers, 1998, apud Wenzel et al., 2018). De acordo com Iggers (1998 apud Lee & Maslog, 2005) “*although few journalists still defend objectivity, it remains one of the greatest obstacles to their playing a more responsible and constructive role in public life*” (p. 91).

Bro (2008) realça a diferença entre jornalismo ativo e passivo, relativamente à relação entre o jornalista e o mundo que o rodeia. Bro (2008), descreveu o jornalista passivo como “*primarily focused on simply disseminating news stories... regardless of the effects of publishing a news story*” (p. 313) ou seja, preocupado com a informação que precede a notícia. Contrariamente, a principal preocupação do jornalista ativo é “*the effect of the news production*” e o que acontece depois da reportagem. Assim, o jornalismo construtivo requer, tal como o movimento de jornalismo cívico que o precedeu, que os jornalistas tomem uma abordagem mais ativa e participativa (McIntyre & Gyldensted, 2017). Deste modo, o jornalismo construtivo é um conceito abrangente, que engloba várias aplicações, que não pretendem substituir totalmente as práticas tradicionais do jornalismo, mas sim complementá-las (Hermans & Gyldensted, 2019).

No entanto, para ser considerado jornalismo construtivo, segundo a definição adotada nesta dissertação, uma técnica específica da psicologia positiva deve ser aplicada ao conteúdo noticioso. Há então dois tipos de jornalismo que empregam estas técnicas da psicologia positiva, e que estão relacionados de forma mais próxima com o jornalismo construtivo. Estes são o jornalismo positivo e o jornalismo de soluções.

É necessário, porém, fazer a distinção entre jornalismo positivo e jornalismo construtivo. O jornalismo positivo é composto por órgãos de comunicação que publicam apenas história positivas, como o *Good News Network*, *Happy News* e o *Huff Post Good News*, nos quais as histórias são “felizes”, “inspiradoras” e mais entretenimento que jornalismo (Sillesen, 2014). Por outro lado, Harcup e O'Neill (2017) definem boas notícias como “*stories with particularly positives overtones such as recoveries, breakthroughs,*

cure, wins and celebrations” e más notícias como “*stories with particularly negative overtones such as death, injury, defeat and loss*” (p. 1482).

Como tal, para uma cobertura mediática ser considerada jornalismo construtivo, é necessário que a história tenha “*a strong societal relevance and adhere to core functions in journalism: serving as a watchdog, disseminating important information to the public, and accurately portraying the world*” (McIntyre & Gyldensted, 2017, p. 28). É esta falta de compromisso com algumas das funções básicas do jornalismo a principal diferença entre notícias positivas e notícias construtivas.

O jornalismo construtivo quebra com a visão tradicional de que as notícias refletem o mundo. Esta visão tradicional assume que uma realidade pode ser retratada através de uma reportagem objetiva, e que a função do jornalista é a de agir como um observador imparcial. Nesta visão, o objetivo do jornalismo é divulgar informação, e responsabilizar as instituições (Hermans & Gyldensted, 2019).

McIntyre e Gyldensted (2018) defendem que o jornalismo tradicional vê o seu papel de forma semelhante à psicologia tradicional, focando-se apenas em emoções e eventos negativos, no chamado “*disease model of the world*”. Todavia, desta forma, o jornalismo está a violar funções chave do jornalismo, como a procura da verdade e a caracterização do mundo de forma correta. Para tal acontecer, a informação e os eventos, positivos e negativos, devem ser ambos representados. O jornalismo construtivo não deve ser visto como uma dicotomia, mas sim como um contínuo (McIntyre, 2015).

Os jornalistas reconhecem que notícias negativas têm inerentemente um valor noticioso (Shoemaker & Reese, 2014), sendo que desta forma os media podem contribuir para o fenómeno de fadiga por compaixão, em parte por publicarem histórias focadas em problemas, em vez de histórias focadas em soluções (Kinnick et al., 1996). Os jornalistas acreditam que faz parte do seu trabalho servir como vigilante, ao expor problemas de corrupção e outros delitos negativos. Esta função de *watchdog* está profundamente enraizada e amplamente aceite na cultura jornalística (Gans, 2010). O conflito e a negatividade estão identificados como sendo valores chave relativamente ao que confere o valor noticioso a um assunto (Harcup & O'Neill, 2017). Haagerup (2017) também refere uma notícia tende a ser sobre conflito e drama, e que “*this kind of reporting where*

journalists document problems and find the ones to blame, is mostly what news culture rewards” (p. 43). Esta realidade, continua Haagerup (2017), resulta em públicos menos envolvidos, mas avança que fazer jornalismo de uma forma mais construtiva pode trazer de volta público e artigos que apresentem soluções, podem ter um impacto positivo no envolvimento do público

No entanto, não são apenas os jornalistas que contribuem para esta propagação de notícias negativas, visto que esta preferência para certos tipos de notícias está enraizada na psicologia (Shoemaker & Reese, 2014). As pessoas têm maior probabilidade de ficarem a pensar em notícias negativas, uma vez que emoções ou eventos negativos têm um impacto mais duradouro e forte do que eventos ou emoções positivas (Bratslavsky et al., 2001).

As emoções positivas podem ser um dos fatores a contribuir para que as notícias construtivas alcancem o seu objetivo de envolver e revigorar os leitores. McIntyre e Gyldensted (2017) descobriram que adicionar o lado positivo a uma notícia negativa levava os leitores a sentirem-se significativamente mais positivos, do que se lessem uma história unicamente negativa. Estes resultados sugerem que os jornalistas podem manter a sua função de vigilante e reportar informação negativa, enquanto evitam alguns dos efeitos prejudiciais das notícias negativas (McIntyre & Gyldensted, 2017). Chen e Berger (2013), no estudo que realizaram, descobriram que níveis baixos de controvérsia muitas vezes desencadeiam conversação, mas que altos níveis de controvérsia a paravam, e em muitos casos até níveis médios de controvérsia geram menos conversação que níveis baixos.

Fornecer informação acerca de potenciais soluções para assuntos sociais é outra técnica da psicologia positiva, que pode ser utilizada para criar uma notícia construtiva (McIntyre & Gyldensted, 2017; Gyldensted, 2015; McIntyre & Gyldensted, 2018). Uma notícia que faça referência a uma solução para um problema social, pode ser considerada construtiva, contudo, incluir soluções é apenas um de várias técnicas de psicologia positiva que podem ser aplicadas a notícias para as tornar construtivas. Assim, uma notícia com base em soluções é construtiva, mas uma notícia construtiva não implica que tenha a inclusão de soluções (McIntyre, 2015).

2.2. Jornalismo De Soluções e a Sua Origem

A primeira referência a este tipo de jornalismo surgiu em 1998, num artigo da *Columbia Journalism Review*, que retratava um aumento no tipo de reportagens sobre “o que funcionava” por órgãos de comunicação social como o *Los Angeles Times*, *The New York Times*, e *ABC News*. Benesch (1998) escrevia que “*as journalists we often write about a social problem, then let other institutions, like governments, worry about the solutions*” (p. 35). A autora, definindo jornalismo de soluções como “*reporting on efforts that seem to succeed at solving particular social problems*” (p. 35), dizia que estava cada vez a ser mais adotado pelos órgãos de comunicação, e que muitos jornalistas mostravam entusiasmo em relação às histórias com soluções.

Benesch (1998) concluía ao dizer que estas histórias de jornalismo de soluções “*differs from other good journalism in one simple way: instead of pointing out what’s wrong in the hope that someone will fix it, solutions journalism points out what’s right, hoping that someone can imitate it*” (Benesch, 1998, p. 39). Em 1999, o termo jornalismo de soluções foi mencionado pela primeira vez na literatura académica quando Davies sugeriu utilizá-lo como uma abordagem ao jornalismo de investigação. Davies (1999) definiu jornalismo de soluções como “*a working through of the consequences of negative news*” (p. 62). Segundo o autor, esta abordagem não contrariava conceitos tradicionais do jornalismo, como o valor noticioso de eventos negativos, mas sim que “*it simply argues that, rather than endlessly reporting failure (leaving someone else to fix it), sometimes things work out*” (p. 62).

Em 2003 foi criada a organização não governamental *Reporters d’Espoirs* (Repórteres da Esperança), de forma a promover uma abordagem diferente às notícias. Esta organização tem como missão “*spotlight people who take the initiative, encouraging society to be solutions-based, not only problem-focused*” (Reporters d’Espoirs, 2021), fazendo referência a que trabalha com jornalismo de soluções, jornalismo de impacto e jornalismo construtivo.

Em 2010 o jornal *New York Times* começou a publicação do blog *Fixes*, no qual eram exploradas soluções para problemas sociais, e o porquê destas serem bem sucedidas (Fixes, 2021). Passado três anos, um dos autores de *Fixes* co-fundou, em 2013, a *Solutions*

Journalism Network (SJN), uma organização independente e sem fins lucrativos, que tem como objetivo divulgar as reportagens rigorosas feitas sobre respostas a problemas sociais (Solutions Journalism Network, 2021). O jornalismo de soluções tem aparecido em notícias mais *mainstream*, à medida que a SJN tem feito parcerias com os órgãos de comunicação social tradicionais, de forma a treinar jornalistas para colocarem as soluções como uma prioridade das notícias. A SJN já treinou mais de 21 mil jornalistas, e afirma que mais de 500 redações estão a incorporar o jornalismo de soluções no seu trabalho. Esta organização já opera na América do Norte, Europa, Ásia e África (SJN, 2021).

Desta forma, o jornalismo de soluções pretende ser um estilo de reportagem mais produtivo, que pode representar, mesmo de que forma parcial, uma solução para um público cada vez mais apático e frustrado, um público com estas características como resultado de uma indústria mediática focada no conteúdo *conflict-based* (McIntyre, 2019). Assim, ao defender um papel mais ativo na cobertura das soluções, a função do jornalista muda de *watchdog*, que identifica problemas, para cobrir as soluções (Atamurto & Varma, 2018). Os jornalistas que praticam esta modalidade veem o impacto como central à missão do jornalismo de soluções (Lough & McIntyre, 2018; Powers & Curry, 2019).

O jornalismo de soluções expande o conceito de objetividade, ao dar destaque às respostas a problemas sociais. O jornalismo de soluções não é ativismo, mas sim uma abordagem investigativa às respostas a problemas sociais, com uma cobertura detalhada, assim como provas, e limitações (Dyer, 2015). Como argumenta Haagerup (2017):

That's why news stories are seldom about normality. A news item is precisely the opposite—a deviation from the norm. So, when most things work fine, the logic is that news is about things that do not. But who told us that deviation from the norm is only of interest, when it's negative? (p. 50)

Este conceito foca-se em alterar o enquadramento das notícias, que realça uma narrativa de conflito, para passar a realçar uma narrativa de solução, focando-se como as pessoas estão a reagir a um largo espetro de conflitos na sociedade (Solutions Journalism Network, 2021).

2.3. *Compassion Fatigue* e Soluções

O termo *compassion fatigue* (fadiga por compaixão) apareceu primeiro na literatura científica relacionado a um estudo realizado sobre *burnout* no trabalho. Este estudo investigou profissionais cujo trabalho é prestar auxílio a pessoas, e utilizou este conceito como forma de descrever a atenuação dos sentimentos de compaixão, em relação aos pacientes em necessidade (Maslach, 1982 apud Kinnick et al., 1996). No entanto, mais recentemente, o termo tem sido utilizado para descrever um fenómeno social mais abrangente, o entorpecimento do público em relação a problemas sociais. (Hoijer, 2004; Kinnick et al., 1996; McIntyre & Sobel, 2017).

Os meios de comunicação social, incluindo a cobertura noticiosa, os programas de entretenimento, e até a publicidade, movem uma quantidade enorme de informação sobre problemas sociais. Os media são considerados a principal fonte de informação do público acerca destes problemas sociais, e como tal, influenciam as perceções e definições dos mesmos e a formação de atitudes acerca deles (Kinnick et al., 1996, McIntyre & Sobel, 2017). Estudos sobre a determinação da agenda mediática (*agenda-setting*), encontraram relações entre a cobertura noticiosa sobre problemas sociais e aqueles que eram consideradas como questões fulcrais pelo público (McCombs & Shaw, 1972 apud McIntyre & Sobel, 2017; Neuman, 1990), mostrando assim a importância dos órgãos de comunicação na construção de ideias e conceitos por parte do público.

Esta fadiga por compaixão expressa-se no público e na sua atenção aos problemas, visto que esta capacidade de atenção eventualmente chega a um limite, a partir do qual o aumento da comunicação não resulta num aumento do interesse. Para mais, quando mensagens sobre um problema social chegam a este ponto de saturação, em vez de não terem qualquer impacto no público, podem passar a ter um impacto negativo (Kensicki, 2004). O relatório realizado pelo Reuters Institute (Reuters Institute Digital News Report, 2017) mostrou que 48% das pessoas entrevistadas disseram evitar as notícias porque tinham um efeito negativo no seu estado de espírito, e 28% justificou este evitamento por sentir que não havia nada que pudessem fazer em relação ao noticiado.

Kinnick et al. (1996) enumeram quatro fatores, resultantes de valores e práticas jornalísticas contemporâneas, que contribuem para a fadiga por compaixão. Uma ênfase no

sensacionalismo, uma preponderância de “notícias más”, uma incapacidade de fornecer contextualização dos problemas sociais, e a apresentação de problemas, mas não de soluções. A predominância de notícias negativas é exacerbada pela tendência dos media em apresentar problemas, mas não soluções para eles, contribuindo assim para a criação de um sentimento de incapacidade entre os consumidores de notícias. O resultado desta ausência de soluções leva a que o público se sinta sobrecarregado com eventos perante os quais sente que devia reagir (Kinnick et al., 1996). Estes sentimentos de incapacidade podem levar a que o público procure menos informação (Grunig, 1992 apud Kinnick et al., 1996). Associado a isto os media também falham em fornecer contexto ou uma cobertura em profundidade de problemas sociais, apresentando os problemas sociais através de uma cobertura dos eventos, e não necessariamente do seu significado (Kensicki, 2004).

O estudo realizado por Kinnick et al. (1996) conclui existirem provas para a existência do fenómeno de fadiga por compaixão no público geral, assim como uma relação entre este fenómeno e a cobertura mediática de problemas sociais. Os meios de comunicação social têm assim um papel primário no desenvolvimento deste problema. O contributo dos media para este problema ocorre sob duas formas, ao proporcionar conteúdo que serve como um estímulo em sentido contrário, levando o público a adotar estratégias de evitamento. Por outro lado, cria dessensibilização a problemas sociais pelas mensagens redundantes, maioritariamente negativas, que atingem um ponto de saturação (Kinnick et al., 1996). Moller (1999) escreve que “*compassion fatigue is not the inevitable consequence of similar events or lingering events. It is a consequence of rote journalism and looking-over-your-shoulder reporting. It is a consequence of sensationalism, formulaic coverage [...]*” (p. 32).

Uma das técnicas que os jornalistas usam para contrariar o fenómeno da fadiga por compaixão é a utilização de informação “mobilizadora”. As pessoas são particularmente motivadas por notícias e reportagens quando lhes é dada esta informação “mobilizadora”, definida como “*information which allows people to act on those attitudes which they might already have*” (Lemert, Mitzman, Seither, Cook, & Cook, 1977 apud Maier, 2015, p. 705).

Lazarus (1999) argumenta que ter esperança é acreditar em algo positivo, aplicável no momento imediato, mas que poderá vir a materializar-se. A esperança é assim um

recurso psicológico vital nas vidas das pessoas, sem a qual é pouco provável estas tomarem iniciativa. O autor refere ainda que para acabar com o “ciclo de inação” é necessário mobilizar as pessoas, mas que incitá-las sem uma direção pode ser prejudicial, pois o desespero desorganiza e prejudica esta mobilização. As pessoas procuram razões que justifiquem e ajudem a manter a esperança, e necessitam de acreditar na possibilidade de um resultado positivo, para se mobilizarem.

Todavia, grande parte dos meios de comunicação social não são capazes de transmitir esta esperança aos seus consumidores. Como realça Tester (1994) *“it is quite likely that the media do not serve so as to sensitize us to moral problems. Quite the contrary; the media rather tend to have an anesthetic effect”* (apud Hoijer, 2004). A fadiga por compaixão é, portanto, ficar habituado ao espetáculo de eventos terríveis, miséria e sofrimento, levando a que o público deixe de reparar neles, ficando impassível. A fadiga por compaixão significa ficar exausto e cansado por causa destas reportagens, e acabar por pensar que nada pode ser feito para ajudar (Tester, 2001 apud Hoijer, 2004).

Os resultados do estudo de Keniscki (2004) puseram em causa a capacidade do público em conseguir adquirir uma noção coerente relativamente às complexidades presentes em problemas como a poluição, a pobreza e o encarceramento. O conteúdo analisado, notícias de mais de 300 jornais americanos, promoviam uma passividade política geral através do uso excessivo de um enquadramento “neutro” no que diz respeito à atribuição de causa, efeito e responsabilidade. Esta cobertura, com uma ausência de causa, efeito ou agente responsável, pode ajudar a criar uma desconexão entre o problema e as suas consequências reais (Keniscki, 2004).

Além disso, a maioria do conteúdo não mencionava a probabilidade de resolver qualquer um dos problemas sociais. Se essa probabilidade era referida, era muito pouco provável que uma solução fosse encontrada. Este factor pode ser considerado responsável por contribuir para a apatia do público, pois este não prevê a possibilidade destes assuntos se resolverem (Keniscki, 2004). Uma das razões pelo qual o público pode estar menos envolvido com as notícias é as histórias grande parte das vezes serem enquadradas para realçar o conflito (McIntyre & Lough, 2019).

Recentemente têm sido realizados vários estudos e investigações de forma a perceber o verdadeiro impacto de incluir soluções nas notícias, no que concerne à motivação, envolvimento e atitude do público. Nesta linha, o estudo realizado por McIntyre e Sobel (2017) sugere que as notícias focadas em soluções podem deixar os seus leitores a sentirem-se mais positivos que as notícias chocantes. Os participantes que leram a história que incluía soluções sentiram-se significativamente melhor que os leitores das histórias que recorriam ao choque ou do grupo controle. De forma semelhante, as pessoas que leram as histórias chocantes sentiram-se significativamente piores que aqueles que leram as histórias de soluções ou do grupo controle. Os sentimentos suscitados pelas notícias são importantes, pois podem influenciar como os indivíduos processam a informação presente na história (McIntyre & Sobel, 2017). Como tal, o estudo também chegou à conclusão que os leitores das histórias de soluções tinham mais probabilidade de ter intenção de ler histórias semelhantes, do que os leitores das histórias chocantes.

Curry e Hammonds (2014) conduziram um estudo no qual chegaram à conclusão que indivíduos que leiam histórias baseadas em soluções relatam sentirem-se mais interessados, otimistas e informados. Estes leitores também demonstraram maior probabilidade em partilhar a história, e querer informar-se e ler mais sobre o assunto, do que aqueles que leram histórias baseadas em conflitos.

Já o estudo de McIntyre (2019) mostrou que informação com soluções levou a que os leitores tivessem um sentimento menos negativo após lerem uma notícia, e causou terem uma atitude mais favorável relativamente ao artigo e às possíveis soluções do problema apresentado na história. Devido a isto, o aumento do efeito negativo foi mais pequeno nos participantes que leram a história com a solução efetiva. O que significa que as pessoas sentiram-se menos negativas quando apresentadas com uma solução eficaz para um problema, sinalizando que uma história baseada em soluções pode ajudar a mitigar alguns dos efeitos prejudiciais das notícias negativas, como a fadiga por compaixão (McIntyre, 2019).

Estes resultados vão ao encontro de um estudo feito anteriormente por McIntyre e Gibson (2016), que chegou à conclusão que incluir o lado bom numa notícia negativa pode fazer com que os leitores se sintam melhor. Também no estudo realizado por McIntyre e

Sobel (2017) os investigadores chegaram à conclusão que uma história baseada em soluções aferia um efeito mais positivo e uma maior intenção comportamental em ler notícias semelhantes.

Os indivíduos a quem foram dadas as notícias com soluções, não só se sentiram melhor, como tiveram atitudes mais favoráveis em relação à notícia e às possíveis soluções ao problema (McIntyre, 2019). Outra conclusão deste estudo relaciona-se com os jornalistas e a sua relutância a incluir soluções, pelas notícias poderem ser consideradas menos “sérias”. No entanto, o estudo sugere que os jornalistas podem discutir soluções para problemas sociais nas suas histórias, sem que os indivíduos considerem que esta seja por isso menos guiada pelas funções centrais do jornalismo (McIntyre, 2019).

Por outro lado, as notícias com a abordagem de soluções não mostraram ter um impacto nas intenções comportamentais quando analisado a intenção de partilhar a história nas redes sociais ou de contribuir para a solução, como por exemplo, assinando uma petição ou doando dinheiro (McIntyre, 2019). Duas possíveis explicações foram dadas para este facto. A primeira é o facto das histórias com soluções serem suficientemente influentes para mudar os sentimentos e/ou atitudes dos leitores, mas não o suficiente para ter um impacto no comportamento. A segunda é a possibilidade de como a história já oferecia uma solução, os leitores sentirem não ser necessário mudar os seus comportamentos de forma a resolver o problema, pois este já estava resolvido (McIntyre, 2019).

Curry e Hammonds (2014) chegaram à conclusão que indivíduos que leem histórias com soluções revelam um nível mais alto de otimismo e de autoeficácia, ou seja, sentiam que podiam contribuir para uma solução ao problema apresentado na notícia, e que existiam formas eficazes de lidar com a situação. Os leitores também passavam mais tempo na página do que aqueles que liam notícias sem soluções.

No seu estudo McIntyre e Lough (2019) entrevistaram vários jornalistas, e puderam concluir que os jornalistas disseram que as histórias orientadas para as soluções podem contribuir para uma paisagem mediática mais realista e equilibrada, ao informar o público não só do conflito e tragédia, mas também do progresso. Os jornalistas entrevistados também concordaram que uma história orientada para as soluções inclui tanto o conflito

como a informação relativa à solução, mas que o foco da notícia deve ser dado à vertente da solução.

Este estudo teve como base as normas identificadas e elaboradas pela SJN, com as quais os jornalistas concordaram de muitas formas. Este facto permitiu avaliar os critérios utilizados pela SJN e compará-los aos dos jornalistas praticantes. Porém uma grande diferença é o facto de a SJN não apoiar que os jornalistas incluam “apelos emocionais” (como incluir um link para doações na notícia), algo que os jornalistas apoiavam em grande escala no estudo. Esta diferença, argumentam os autores, pode refletir “*the tension between SJN’s commitment to the traditional journalistic norm of objectivity and modern journalists’ evolution toward more active rather than passive roles*” (McIntyre & Lough, 2019, p. 13).

2.4. Jornalismo de Soluções e a Cobertura Ambiental

A cobertura ambiental, e das alterações climáticas em particular, não necessitam de uma maior cobertura mediática, não é por aqui que passa a solução, argumentam muitos jornalistas. A solução é sim perceber e repensar como o jornalismo apresenta o tema e o tipo de resposta que tem por parte do público (Painter, 2019). Nos últimos anos, tem-se assistido a um surgimento de meios de comunicação alternativos, como os podcasts, sobre o ambiente, e focados nas soluções. São exemplos o *How to Save a Planet*, *Temperature Check* e *A Matter of Degrees*, cujo objetivo é “*see the levers of power behind climate change, and how to empower yourself*”. A base de dados de artigos da SJN, a *Solutions Story Tracker*, possui, a 6 de janeiro de 2022, 12.900 histórias que possuem o ângulo das soluções, 2.227 das quais são notícias sobre o ambiente, e 635 são sobre alterações climáticas².

Também os meios de comunicação mais tradicionais estão a ter esforços para alterar a forma como cobrem o ambiente, passando a incluir uma abordagem de soluções. É o caso da secção *Climate Solutions*, do jornal *Washington Post*, da *Climate Solutions: A Special Report* do *New York Times*, ou ainda do *Bloomberg Green*. Um número cada vez maior de meios de comunicação dos Estados Unidos estão a reportar não só as ameaças e

² <https://www.solutionsjournalism.org/storytracker>

impactos das alterações climáticas, mas também o que se pode fazer acerca disso (Rabinowitz, 2021).

Elizabeth Kolbert, jornalista ambiental da revista *New Yorker*, realça dois fatores como responsáveis por este aumento. Primeiro, as histórias das alterações climáticas e dos seus impactos têm vindo a tornar-se difíceis em manter a importância para ser notícia. Isto leva a um sentimento, entre os leitores, de que estas notícias são depressivas. Este facto leva ao segundo fator, se é mau, então o que se pode fazer? (Rabinowitz, 2021). O novo conceito de *climate solutions journalism* encara as alterações climáticas como uma realidade e um facto, e parte deste ponto. Alex Blumberg, um dos apresentadores do podcast *How to Save a Planet* diz que já havia bastantes notícias e reportagens acerca de quão grave a situação é, e que apesar de necessário, o jornalista queria saber o que se podia fazer (Rabinowitz, 2021). Samantha McCann, jornalista da SJN, diz que o jornalismo de soluções na cobertura ambiental resulta em histórias sobre mitigação e adaptação, e num jornalismo que olha para o conhecimento das comunidades locais (McCann, 2019).

A iniciativa *Climate Change Now* colabora com mais de 450 redações e órgãos de comunicação, de forma a estas darem maior foco e uma cobertura mais informada sobre as alterações climáticas. Esta organização, realizou, em março de 2021, um Webinar em parceria com a *Solutions Journalism Network*, de forma a explorar “*why and how journalists should focus on solutions when covering the climate crisis*” (Covering Climate Now, 2021). Neste webinar Fara Warner, Initiative Manager na SJN, realçou que “*In a world in which we are still having conversations about believing in climate change or not, solutions stories can really help build trust*” (Covering Climate Now, 2021). Esta organização criou um guia³, que continua a atualizar, de como dar um foco às soluções à cobertura ambiental.

Beling Loose (2019) realizou um estudo sobre a cobertura do combate às alterações climáticas no site brasileiro G1, tendo como base o conceito de jornalismo de soluções. A autora descobriu que esta cobertura é feita de um modo que torna o tema como “algo distante da realidade do leitor” (p.104), e que “a articulação bem vinda entre a cobertura de estratégias de enfrentamento das mudanças climáticas e do jornalismo de soluções não foi

³ <https://coveringclimatenow.org/resource/climate-solutions/>

percebida nas notícias analisadas” (p. 105). Isto porque, se por um lado algumas notícias demonstraram casos de sucesso no combate às alterações climáticas, estas careciam de uma “dimensão do conhecimento contextualizador” (p. 105) que incita o público a tomar ação. Beling Loose (2019) conclui que a cobertura no site G1 necessita de ter uma melhor contextualização e explicação, e de não ser tão focada nos critérios de “atualidade/novidade ou negatividade” (p. 106).

Borth et al. (2022) entrevistou 592 jornalistas, membros da SEJ, de forma a perceber as suas práticas de cobertura de soluções ambientais e os interesses destes jornalistas. Este estudo chegou à conclusão que estes jornalistas estão interessados e atualmente ativos na reportagem dos impactos das soluções às alterações climáticas, no entanto esta prática não é o padrão.

É evidente que, apesar da reduzida quantidade, começam a surgir iniciativas que estão a perceber a importância de aplicar o jornalismo de soluções à cobertura ambiental e das alterações climáticas. Bourscheit (2020), considera que “o jornalismo de soluções pode ser um aliado de primeira hora para engajar mais e mais pessoas na agenda socioambiental e especialmente nos esforços contra as mudanças do clima”. Indo ao encontro desta ideia, Mark Hertsgaard, diretor executivo da *Covering Climate Now*, “*If ever there was a problem that needed a solution it’s climate change*” (Covering Climate Now, 2021).

Capítulo 3: Memória Descritiva

3.1. Breve Caracterização da Revista Sábado e Grupo Cofina

Neste capítulo vai se proceder a uma breve contextualização do grupo Cofina e das suas publicações relevantes para este relatório, com maior detalhe para a revista Sábado pelo facto de este ter sido o local onde foi realizado o estágio.

3.1.1. Grupo Cofina

O grupo Cofina foi fundado em 1990, e apresenta um conjunto de publicações que procura abranger vários segmentos do mercado de comunicação social. Até 2005 o grupo Cofina detinha empresas em diversas áreas, principalmente na indústria do aço, da pasta de papel e dos media. Neste ano o grupo procedeu a uma cisão entre as empresas fora do sector dos media, denominada Altri, ficando o grupo Cofina a deter exclusivamente empresas da área dos media. Atualmente a empresa detém um portfólio de 4 jornais (Correio da Manhã, Destak, Record e Jornal de Negócios), 2 revistas (Sábado e TV Guia) e um canal de televisão por cabo (cmTV). Em 2019 o grupo Cofina anunciou a intenção de adquirir o canal generalista TVI, o que o tornaria o maior grupo de comunicação português, porém em 2020 o negócio não prosseguiu. Paulo Jorge dos Santos Fernandes, membro fundador, é o atual presidente do grupo

3.1.2. Revista Sábado

É a 7 de maio de 2004 que a revista Sábado foi para as bancas. A capa destaca José Mourinho como um "herói português", e destacava ainda fotos exclusivas da irmã Lúcia e os debates entre Pedro Santana Lopes e José Sócrates. João Govern, jornalista e comentador desportivo, foi o primeiro a assumir o cargo de diretor da revista semanal. Passado cerca de um ano, em Setembro de 2005, Miguel Pinheiro assume a direção da revista com Gonçalo Bordalo Pinheiro, enquanto diretor adjunto. Atualmente o diretor da Sábado é o jornalista Eduardo Dâmaso. A revista Sábado é líder em banca do seu segmento desde 2007, possuindo uma quota de mercado em banca superior a 56% e um tráfego digital que duplicou em 2016⁴.

⁴ http://www.cofina.pt/business-overview/magazines.aspx?sc_lang=pt-pt

A primeira grande secção da revista Sábado é a “Entrevista”, onde personalidades das mais diversas áreas são entrevistadas em profundidade. Em seguida é o “Destaque”, onde é desenvolvido o tema de capa, sendo na maioria das vezes uma reportagem de investigação mais aprofundada. “Portugal” e “Mundo” são a terceira e quarta secção, respetivamente, onde são explorados assuntos da atualidade nacional e internacional, sucedidas por “Dinheiro”, que se foca na área de economia e finanças. De seguida distingue-se na publicação a “Sociedade” que engloba uma maior generalidade de temas, como saúde, ciência, cultura e celebridades, à qual a secção “Desporto” se segue. Dentro da revista sábado encontra-se outro caderno: GPS com uma vertente mais lifestyle, de restaurantes, cultura, viagens, livros, música e cinema. As áreas de opiniões também estão presentes, assinadas por cinco cronistas: João Pedro Jorge, João Pereira Coutinho, José Pacheco Pereira, Nuno Rogeiro e Pedro Marta Santos.

O site da revista Sábado surgiu cinco anos depois do começo da sua publicação, em Março de 2009. Durante o meu período de estágio na revista Sábado, o site sofreu alterações, tanto a nível de grafismo, como uma nova política de acesso ao seu conteúdo. A partir de 21 de janeiro de 2021, a quase totalidade dos conteúdos da Sábado Online passaram a ser exclusivos apenas a assinantes, surgindo também a possibilidade de assinaturas exclusivamente digitais.

3.1.3. Correio da Manhã

O Correio da Manhã foi fundado em 1979 por Carlos Barbosa, Nuno Rocha e Vítor Direito, tendo sido adquirido pelo grupo Cofina no ano 2000. O jornal diário é atualmente dirigido pelo jornalista Carlos Rodrigues, e vende mais de 100 mil exemplares diariamente, tendo-se tornado o líder de vendas em Portugal no seu segmento de imprensa⁵.

3.1.4. Cobertura Ambiental no Grupo Cofina

Nenhum dos dois órgãos de comunicação possui uma secção dedicada ao ambiente ou jornalistas especializados que se dediquem apenas à temática ambiental. Contudo, as notícias relacionadas com esta temática encontram lugar em outras secções.

⁵ http://www.cofina.pt/business-overview/newspapers.aspx?sc_lang=pt-pt

O Correio da Manhã possui uma secção intitulada *Clima*, onde existem algumas notícias sobre alterações climáticas, porém a sua grande maioria são relacionadas com fenómenos atmosféricos ou catástrofes naturais.

Na revista Sábado, as notícias sobre ambiente não possuem uma secção própria, podendo estar presentes na secção *Sociedade e Ciência e Saúde*. Por comparação às outras publicações semanais portuguesas, a revista Visão possui uma secção de ambiente, online, chamada *Visão Verde*, e o jornal Expresso possui uma secção, online, apelidado de *Vida Sustentável*, porém as publicações mais recentes datam de 2020, sendo que a secção *Sociedade* cobre também esta temática de forma mais regular.

3.2. Relatório de Atividades

O estágio curricular realizado na revista Sábado ocorreu com o objetivo de obter o grau de mestre em Media e Jornalismo, no mestrado de Ciências da Comunicação. O estágio teve início dia 26 de setembro de 2020 e término no dia 26 de fevereiro de 2021. A opção para realizar o estágio decorreu do objetivo de integrar um órgão de comunicação social que, pelas suas características, tivesse uma maior diversidade de temas e abordagens, qualidades presentes numa *newsmagazine* como a Sábado.

Nos primeiros dias que passei na redação (segunda e terça-feira), que me foi explicado serem os dias mais ocupados na redação por serem os dias de fecho, recebi pouca atenção. Passada esta situação, o Chefe de Redação, Nuno Tiago Pinto, decidiu colocar-me na edição online da revista. Aqui elaborei o meu primeiro artigo, assinado como Sábado, e sob a orientação da editora Leonor Riso. Depois deste primeiro artigo, os artigos por mim elaborados passaram a ser assinados “José Couceiro com Leonor Riso”. Permaneci na edição online por cerca de duas semanas, nas quais os artigos que escrevi foram de temas tanto sugeridos pela editora, como por mim, dando a possibilidade de escolher artigos mais relacionados com a temática ambiental. Desde o início que senti que me foi dada responsabilidade enquanto jornalista, e senti ser tratado como um igual, tanto pela editora como pelos restantes jornalistas da edição online.

Após este período na secção online, Nuno Tiago Pinto, chefe de redação, pôs-me em contacto com a redatora principal, Ana Taborda, e a subeditora, Vanda Marques, da

secção *Sociedade*, de forma a passar a integrar esta secção. A escolha desta secção deveu-se a eu ter mostrado interesse, durante a entrevista, em temas relacionados com ambiente e ciência, assim como a minha licenciatura em Biologia me dar conhecimentos nessas áreas. No entanto, durante o resto do estágio fui sempre elaborando artigos para a edição online paralelamente, tanto a pedido da editora do online, Leonor Riso, como das editoras da secção de sociedade, Ana Taborda e Vanda Marques. A editoria de *Sociedade* é composta por seis jornalistas: Ana Taborda, editora, Vanda Marques, subeditora, Susana Lúcio, Sónia Bento, Lucília Galha e Marco Alves.

Os temas dos artigos da secção *Sociedade* eram propostos pelos jornalistas da secção, eu inclusive, ou pela direção. Durante a realização do estágio senti-me parte integrante da equipa, estando presente nas reuniões semanais, onde cada jornalista da secção propunha temas e histórias a investigar para as próximas edições da revista, nas quais as minhas propostas também eram ouvidas. Nesta situação tentei propor artigos mais relacionados com o ambiente, mas devido à dinâmica da revista, e à minha inexperiência relativamente a esta, parte dos assuntos propostos por mim não eram considerados apropriados. No decorrer do estágio realizei ainda uma semana onde estive de piquete, estando à disponibilidade da edição online para realizar qualquer artigo que fosse pedido.

Todas as manhãs, a primeira coisa a ser feita ao chegar à redação (e depois em casa, no caso do trabalho remoto) era ver que notícias saíram nos vários meios de comunicação, tanto nacionais como internacionais. O horário que me foi atribuído era teoricamente das 9 horas às 18 horas, sendo que nunca foi um horário rígido no sentido em que havia dias que poderia começar mais tarde ou sair mais tarde, assim fosse necessário para a elaboração dos artigos e dos prazos a cumprir.

Ter passado pela redação, ainda que por pouco tempo, deu para perceber a dinâmica desta, particularmente por ter estado presente em dois momentos marcantes. Um dos momentos, que se repetia diariamente, dizia respeito à publicação dos relatórios de situação da Direção-Geral de Saúde, com os números oficiais de casos, óbitos e internados. Durante estes momentos originava-se uma agitação nos minutos anteriores à espera do lançamento, e nos momentos posteriores de forma a publicar a notícia mais rapidamente. Outro momento marcante para mim na redação, refere-se aos dias antecedentes às eleições

presidenciais nos Estados Unidos, tema que para mim sempre teve grande interesse, durante os quais se discutia entre jornalistas o resultado que adviria, e sobre a qual ainda tive a oportunidade de realizar alguns artigos para a edição online.

Uma das dificuldades que senti foi a mudança de estilo na escrita entre as notícias para a edição online e as notícias para a revista impressa. Enquanto para o online as notícias seguem a estrutura mais clássica do texto noticioso, começando os parágrafos com “Quem?”, “Quando?”, “Onde?” e “O quê?”, e um registo da escrita mais informativo. Para os artigos da revista impressa, a escrita não assume uma estrutura tão formal, e começava de uma forma interessante e apelativa, com uma parte da história que chamasse a atenção. Fazer esta transição entre registo de notícia e registo de “história” foi um desafio, mas com a experiência, o apoio, e as correções de ambas as editoras, conseguiu ser superado.

Enquanto jornalista estagiário da secção de sociedade da revista Sábado, fui autor e co-autor de 11 artigos que saíram em 10 edições da revista Sábado. Simultaneamente, como já foi referido, escrevia para a parte online da revista, perfazendo um total de 42 artigos. Dada a versatilidade da secção *Sociedade*, consegui cobrir diversos temas, desde tecnologia, psicologia, saúde, ciência, ambiente, política e economia. Porém, devido ao período que o país e o mundo atravessavam, de uma pandemia, grande parte das notícias realizadas estavam relacionadas, direta ou indiretamente, com a Covid-19.

O processo editorial nos artigos que elaborei foi sempre semelhante. Depois da atribuição do tema a cobrir, seguia-se o processo de pesquisa de informação, de procura de contactos e fontes, realização de entrevistas e o processo da escrita. Estando concluída a primeira versão do artigo, esta era enviada, por mail, para as editoras de Sociedade, Vanda Marques e/ou Ana Taborda, ou no caso do artigo ser para o site, Leonor Riso. O artigo era revisto, feitas correções e sugestões, que podiam ir de gralhas ortográficas a mudanças na perspetiva com que era abordado o tema. Feitas as correções da minha parte, o artigo era de novo enviado às editoras, para ser publicado no site ou na revista impressa. Em alguns dos casos, com artigos mais extensos ou temas mais complexos, poderia haver mais do que uma versão corrigida pelas editoras.

Este processo editorial fez-me perceber a extrema importância que os editores têm, ao assumirem a responsabilidade final de o artigo ter qualidade suficiente para ser

publicado, assim como na revisão factual dos artigos. Por outro lado, também consegui perceber que, devido à sobrecarga a que muitos editores estão sujeitos, as correções feitas por vezes não faziam sentido no contexto do artigo, devido ao facto de não terem disponibilidade de acompanhar o tema e o artigo na sua totalidade.

Dos artigos que elaborei o que para mim teve maior relevância intitulava-se “Nesta biblioteca sueca só entram livros proibidos”⁶, originalmente publicado na revista Sábado Nº876, e posteriormente também publicada no site da Sábado. Este artigo, além do tema intrigante, marcou-me pelo desafio que foi conseguir uma entrevista com a diretora da biblioteca sueca referida no artigo, e o conseqüente sentimento de realização ao conseguir.

Um desafio igualmente importante superado, foi chegar à conclusão que enquanto jornalista, não se cobrem apenas assuntos que agradam o nosso gosto ou que consideramos importantes. Ter realizado artigos sobre temas mais “ligeiros” como discussões na família real inglesa⁷ ou um possível filho ilegítimo do príncipe do Mónaco⁸, fez-me desenvolver a capacidade de efetuar um bom trabalho, independentemente do tema da notícia. Consegui também entender um pouco a dinâmica de notícias mais “chamativas” e a sua importância em cativar o público, visto que um dos artigos chegou a número 1 das mais lidas do site da Sábado.

Este estágio serviu ainda para desenvolver competências mais técnicas, através da utilização do programa *Back Office*, utilizado para guardar, editar e publicar notícias para o site, no qual era da responsabilidade do jornalista a formatação e o grafismo do artigo a ser publicado.

O estágio foi realizado em condições pouco comuns e ideais para um primeiro contacto com o mundo do jornalismo. Após a primeira semana em trabalho presencial na redação, foi decretado a nível nacional a obrigatoriedade do teletrabalho, sempre que possível. Deste modo o restante período do estágio, ou seja, a sua maioria, foi realizado neste regime. O facto de não estar a trabalhar na redação colocou algumas dificuldades, e limitações, durante o estágio. Desde a simples mas importante comunicação mais informal entre os jornalistas, o “aprender vendo” até a nível de apoio na realização das tarefas do

⁶ <https://www.sabado.pt/vida/detalhe/aqui-so-entram-livros-proibidos>

⁷

<https://www.sabado.pt/social/detalhe/harry-responde-a-rainha-isabel-ii-principe-william-ficou-chocado>

⁸ <https://www.sabado.pt/social/detalhe/tera-alberto-do-monaco-um-terceiro-filho-ilegitimo>

dia-a-dia, onde uma simples dúvida que seria esclarecida em segundos presencialmente, implicava uma mais demorada troca de e-mails.

Os vários artigos que elaborei, nos quais foi necessário realizar entrevistas, todas estas foram feitas por telefone ou e-mail, não passando pela experiência de entrevistas frente a frente, assim como de sair da redação em trabalho e “estar no terreno”. Por outro lado, o facto de não ter tanto apoio como teria de uma forma presencial, também me obrigou a desenvolver capacidades mais rapidamente, assim como a ser mais proativo, na realização dos artigos e na procura de contactos e respostas. As editoras de sociedade com quem trabalhei mais vezes, Vanda Marques e Ana Taborda, foram um apoio essencial, fazendo o possível para “compensar” esta situação atípica, sentindo que elas percebiam as insólitas condições da realização do estágio e as suas implicações.

Durante o estágio senti que o facto de ter uma licenciatura em Biologia, ou seja um background mais científico não muito comum no meio, ser uma vantagem. Em particular devido ao aumento do número de notícias relacionadas com ciência e saúde devido ao período de pandemia por que passávamos. Desde notícias sobre novos estudos do vírus às vacinas, um conhecimento mais especializado revelou-se de extrema importância para a elaboração de artigos com maior qualidade e factualidade.

Em suma, posso afirmar que o estágio realizado na revista Sábado, sendo o meu primeiro estágio no mundo do jornalismo, se traduziu numa mais-valia no que respeita à aquisição de novas ferramentas e numa ótima oportunidade para desenvolver competências e conhecimentos, que serão base para o meu futuro percurso no mundo do jornalismo. Não tendo tirado uma licenciatura em Ciências da Comunicação ou Jornalismo, estagiar numa revista serviu não só para aprender, na prática, algumas convenções que não tive oportunidade de aprender em teoria, mas também para melhor compreender o mundo jornalístico. Foi possível ainda pôr em prática algum do conhecimento teórico que aprendi durante a minha formação académica em jornalismo e ciências da comunicação, durante o ano curricular do mestrado. O facto de ter interagido com jornalistas, editores e diretores, e de ter entrado na rotina de uma publicação semanal, foi crucial para uma perceção mais correta da profissão de jornalista, das suas condições, dos seus desafios e das suas virtudes.

Contudo, apesar das condições não ideais deste estágio, foi uma experiência de trabalho positiva, onde as vantagens ultrapassam, de longe, as desvantagens.

Capítulo 4: Metodologia

4.1. Objeto em estudo e objetivos da investigação

O presente relatório de estágio pretende explorar o conceito de jornalismo de soluções, em particular aplicado ao jornalismo ambiental, de modo a perceber o seu estado em Portugal. Devido ao facto de o estágio ter sido realizado na revista Sábado, pertencente ao grupo Cofina, a amostra foi selecionada do mesmo.

Este estudo tem como pergunta de partida: Qual a perceção do jornalismo de soluções na cobertura noticiosa ambiental na revista Sábado? Com esta pergunta pretende-se perceber como é visto, se é praticado, e como é posto em prática o jornalismo de soluções, no geral e em específico na cobertura ambiental, na revista Sábado. Seguidamente, as quatro questões de investigação que lhe estão associadas e que vão auxiliar no objetivo deste estudo são:

1. Qual o ponto de vista da direção da revista Sábado e do jornal Correio da Manhã em relação ao jornalismo de soluções no geral e em específico na cobertura ambiental?
2. Qual a importância da cobertura ambiental na revista Sábado?
3. Quais as experiências e atitudes dos jornalistas que cobrem temáticas ambientais, em relação ao jornalismo de soluções, na revista Sábado?
4. Quais as condições existentes, identificadas pelos jornalistas e editores, para incorporar o jornalismo de soluções na cobertura ambiental na revista Sábado.

A primeira questão, procura conhecer a perceção que os diretores de duas publicações portuguesas têm sobre o conceito de jornalismo de soluções no geral, e em específico na cobertura ambiental. A segunda questão, averigua a relevância das notícias sobre ambiente na revista Sábado. A terceira pergunta, pretende perceber como é que os jornalistas, que também cobrem o tema "Ambiente", encaram o conceito de jornalismo de soluções. Por fim, a quarta pergunta, tenciona identificar o eventual papel que o jornalismo de soluções pode ter na cobertura ambiental, na revista Sábado.

4.2. Estrutura metodológica

Face aos objetivos estabelecidos, a metodologia da investigação foi dividida em duas partes. A primeira parte diz respeito à fase exploratória da investigação, que inclui as entrevistas exploratórias com os diretores dos dois órgãos de comunicação escolhidos, a revista Sábado e o Correio da Manhã. A segunda parte inclui as entrevistas em profundidade a jornalistas e editores, que cobrem notícias ambientais, da revista Sábado. Holstein e Gubrium (2004) afirmam que as entrevistas são “*special forms of conversation*” (p. 141), e que desta forma tornam possível obter dados empíricos sobre a realidade social “*by asking people to talk about their lives*” (p. 140).

Miller e Glassner (2004) afirmam que para documentar e entender as percepções dos outros, é necessário escolher a entrevista qualitativa como método. As razões são que esta fornece forma de explorar os pontos de vista dos sujeitos entrevistados, e ao mesmo tempo “*granting these points of view the culturally honored status of reality*” (Miller & Glassner, 2004, p. 127). As entrevistas podem variar de altamente estruturadas, estandardizadas, com orientação quantitativa, semi-formal orientada, entre outras formas, mas com o ponto em comum de que todas as entrevistas são interativas (Holstein & Gubrium, 2004).

4.2.1. Dados Exploratórios

4.2.1.1 Entrevistas Exploratórias

Os dados exploratórios desta análise incluem os dados (qualitativos) a recolher nas entrevistas exploratórias aos diretores dos órgãos de comunicação já mencionados. As entrevistas exploratórias contribuem para descobrir os aspetos a ter em conta na investigação, e alargam ou ordenam o campo de investigação, contribuindo desta forma, juntamente com a revisão de literatura, para uma melhor compreensão do objeto de estudo. Este tipo de entrevista funciona como uma “primeira volta à pista, antes de pôr em jogo meios mais importantes” (Quivy & Campenhoudt, 2005, p. 69).

A principal função das entrevistas exploratórias é evidenciar certos aspectos do objeto em estudo, que o investigador não teria pensado por si, e, deste modo, complementar as orientações de trabalho sugeridas pelas leituras realizadas durante a

revisão de literatura. As entrevistas exploratórias têm a finalidade de descobrir pistas de reflexão, ideias e hipóteses de trabalho, e não para verificar perguntas ou hipóteses pré-estabelecidas. Ou seja, com estas entrevistas pretende-se “abrir o espírito, ouvir” de forma a descobrir novas formas de colocar o problema (Quivy & Campenhoudt, 2005, p. 70). Estas entrevistas devem ser dirigidas a pessoas que Quivy e Campenhoudt (2005) identificam como “testemunhas privilegiadas” (p. 71). Isto corresponde a pessoas que, pela sua posição, têm um conhecimento sólido do problema em estudo.

Aplicando os conceitos na revisão de literatura, elaborou-se um guião para duas entrevistas exploratórias, com os diretores de duas publicações do grupo Cofina, a revista Sábado e o jornal Correio da Manhã. Estas são entrevistas semi-estruturadas, que, ao contrário do inicialmente planeado, foram realizadas via email. O guião das entrevistas (Anexo A) foi elaborado com base nos objetivos da pesquisa e também com base na informação adquirida durante a revisão de literatura. O objetivo destas entrevistas é obter elementos que permitam perceber a opinião dos Diretores de cada uma das publicações sobre esta realidade, assim como reunir indicadores relevantes que auxiliem na elaboração do guião da segunda fase de entrevistas. Quando o instrumento de observação é uma entrevista, realiza-se um inquérito ou entrevista prévios, como parte integrante da fase exploratória (Quivy & Campenhoudt, 2005).

4.2.2. Dados Primários

4.2.2.1. Entrevistas em profundidade

De forma a alcançar o objetivo deste estudo, foram realizadas entrevistas a sete jornalistas e editores, que fossem responsáveis pela cobertura ambiental, da revista Sábado. Estas entrevistas foram realizadas com o objetivo de perceber o ponto de vista dos jornalistas e editores perante o jornalismo de soluções, e a sua situação nas redações, em particular nas notícias relacionadas com “Ambiente”. Por comparação à entrevista exploratória, esta é mais focada nas hipóteses de trabalho, não excluindo novos desenvolvimentos que possam contribuir para a correção ou melhoramento das mesmas (Quivy & Campenhoudt, 2005). O material recolhido destas entrevistas será

posteriormente sujeito a uma análise de conteúdo sistemática, com o fim de testar as hipóteses de trabalho (Quivy & Campenhoudt, 2005).

A entrevista semi-estruturada encontra-se algures entre dois extremos, por um lado a entrevista completamente estruturada, e por outro, a entrevista completamente não estruturada, pois não é inteiramente aberta nem orientada por uma grande quantidade de perguntas definidas (Lune & Berg, 2017; Quivy & Campenhoudt, 2005). Uma entrevista semi-estruturada, o investigador tem uma lista de questões pré-determinadas ou de temas que pretende abordar durante a entrevista, o chamado guião da entrevista. No entanto, ao contrário do que acontece na entrevista estruturada, há uma flexibilidade na ordem, não sendo necessariamente feitas pela ordem registada, e na formulação das questões feitas, permitindo ao entrevistado responder de uma forma mais própria. Assim, o papel do investigador é mais focado em manter a entrevista orientada em direção aos objetivos, sempre que haja um desvio deste por parte do entrevistado (Lune & Berg, 2017; Quivy & Campenhoudt, 2005). Esta maior flexibilidade proporciona na mesma uma estrutura que permite uma comparação entre entrevistas (Edwards & Holland, 2013). As perguntas são colocadas de uma forma sistemática, havendo espaço para divagar, indo além das respostas dadas às perguntas preparadas.

Quivy e Campenhoudt (2005) definem como principais vantagens deste método o “grau de profundidade dos elementos de análise recolhidos” (p. 101), e a “flexibilidade”, que permite reunir as e as considerações dos interlocutores, ao mesmo tempo que respeita a “linguagem e categorias mentais” (p. 101) dos mesmos. Porém esta flexibilidade pode tornar-se uma desvantagem para os entrevistados que tenham dificuldade em trabalhar sem “diretivas técnicas precisas”, assim como levar a uma falsa crença que a abordagem feita pelo investigador seja totalmente neutra (Quivy & Campenhoudt, 2005, p. 101).

As entrevistas foram realizadas entre os meses de outubro de 2021 e fevereiro de 2022, devido à morosidade em conseguir obter respostas por parte dos jornalistas e editores da revista Sábado. Os jornalistas foram identificados ao conduzir uma pesquisa manual no site da revista de forma a identificar e encontrar os respetivos contactos (email), encontrados na “ficha técnica” desta publicação. Em seguida foram enviados emails a 13 jornalistas e editores da revista, a solicitar a participação numa entrevista. Como

consequência de uma grande ausência de respostas, foram realizadas chamadas para a redação da revista. Foi neste momento que ficou acordado que as entrevistas seriam realizadas por email, e não de forma presencial, devido às condições atípicas causadas pela pandemia, ou por via telefónica, devido à indisponibilidade dos entrevistados.

Ao longo destes cinco meses, foram enviados diversos emails para os entrevistados, de modo a lembrá-los a responder à entrevista, sendo que a maioria foram recebidos com ausência de resposta ou sucessivos adiamentos. Em alguns dos casos, os jornalistas/editores foram contactados pelo número de telefone pessoal (obtidos durante o estágio), com a intenção de tornar o processo mais célere, sem, no entanto, ter conseguido este efeito. Dos 13 jornalistas/editores contactados, sete responderam. Devido à longa demora em obter respostas, não houve oportunidade de enviar emails de seguimento a fim de aprofundar algumas respostas.

As entrevistas foram realizadas tendo por base um guião semiestruturado (Anexo B) criado com o objetivo de dar resposta a três, das quatro, questões de investigação: Perceber qual a importância da cobertura ambiental na revista Sábado, compreender qual o conceito que os jornalistas, que cobrem a temática ambiental na revista, têm do jornalismo de soluções, e averiguar se existem ou não condições para a aplicação deste conceito na cobertura ambiental desta publicação.

De modo a introduzir o tema, as entrevistas iniciaram-se com uma contextualização do estudo a ser realizado, assim como os seus objetivos. O guião das entrevistas é composto por três partes, a primeira parte, de apresentação, que pretende obter informação geral sobre o jornalista (formação, função, etc), a segunda parte, que questiona sobre jornalismo ambiental, e a terceira parte, a respeito do conceito de jornalismo de soluções. Foi dada a possibilidade de a entrevista ser realizada de forma anónima, no caso dos jornalistas sentirem que a sua identificação poderia ser um constrangimento às respostas a dar. No entanto, nenhum dos entrevistados optou por esta escolha.

No caso particular desta investigação, importa sublinhar que devido às medidas em vigor por causa da pandemia (distanciamento social, número de casos com grande aumento, sobrecarga de trabalho dos profissionais, trabalho remoto, isolamento de alguns profissionais) ficou acordado, entre entrevistados e entrevistador, que as entrevistas se

realizassem via e-mail. Considera-se que a metodologia utilizada foi a entrevista semiestruturada, não obstante de a troca de informação não se ter realizado de forma presencial, conforme foi pensado inicialmente. Ainda assim, procurou-se ao máximo realizar questões abertas de forma a que os entrevistados pudessem expressar o que considerassem relevante e adequado.

As entrevistas por email assumem características particulares. Uma das vantagens prende-se com o facto de serem ultrapassados os problemas de agendamento de entrevistas e de distância, pois permite ao entrevistado responder ao seu próprio ritmo e consoante a sua disponibilidade. Este formato evita assim que entrevistados ocupados tenham que encontrar um horário disponível com o entrevistador, e permite que a entrevista não seja feita na totalidade durante um período de tempo ininterrupto. Da mesma forma, esta abordagem possui desvantagens, como a falta de espontaneidade durante a entrevista, tanto no surgimento de novos tópicos, assim como na exploração destes através de novas perguntas (Lune & Berg, 2017).

4.3. Os participantes

Para este estudo adotou-se uma amostra do tipo não-probabilístico, por não ser uma escolha de modo aleatório. Neste caso será uma amostra não-probabilística intencional, dado que os entrevistados são conhecedores do tema em questão.

Como no caso de estudo, a revista Sábado, não existe uma secção de “Ambiente” nem jornalistas especializados apenas em “Ambiente” ou “Ciência”, foram entrevistados jornalistas da secção onde estas notícias são tratadas: “Sociedade”. Foram também entrevistados jornalistas do site da revista Sábado, que possui também uma secção de “Ciência e Tecnologia”, apesar de não haver jornalistas alocados a este tema apenas.

No total foram entrevistados sete indivíduos: o Chefe de Redação Nuno Tiago Pinto, e os jornalistas/editores Sónia Bento, Vanda Marques, Leonor Riso, Ana Taborda, Ana Bela Ferreira e Diogo Barreto.

Entrevistados	Função	Ano de início de atividade na Sábado
----------------------	---------------	---

Ana Bela Ferreira	Editora	2020
Ana Taborda	Redatora Principal	2007
Diogo Barreto	Jornalista (Site)	2017
Leonor Riso	Editora (Site)	2013
Nuno Tiago Pinto	Chefe de Redação	2005
Sónia Bento	Editora	2006
Vanda Marques	Subeditora Dinheiro e Sociedade	2014

Tabela 1: Caracterização dos entrevistados

Para o entrevistado que foi considerado ter um maior papel de decisão, Nuno Tiago Pinto, Chefe de Redação, foi utilizado o mesmo guião que aos diretores da revista Sábado e do jornal Correio da Manhã (Anexo A). Aos restantes entrevistados (editores e jornalistas), foi elaborado um guião diferente (Anexo B), de forma a melhor responder às questões desta investigação.

Podemos observar que dos sete entrevistados, dois pertencem ao sexo masculino e cinco ao sexo feminino. No que se refere ao ano de início de atividade na Sábado, observa-se que três dos entrevistados (Nuno Tiago Pinto, Sónia Bento e Ana Taborda) ocupam o cargo à 17, 16 e 15 anos, respetivamente, seguidos da editora online Leonor Riso e da subeditora Vanda Marques, que exercem a profissão na revista Sábado há, respetivamente, 9 e 8 anos. Por fim, foram entrevistados o jornalista Diogo Barreto, há 5 anos na revista, e a editora Ana Bela Ferreira, há 2 anos.

4.4. Modelo de avaliação metodológico

O método das entrevistas está sempre associado a um método de análise de conteúdo. Durante as entrevistas trata-se de fazer aparecer o máximo possível de elementos de informação e de reflexão, que servirão de materiais para uma análise sistemática de

conteúdo (Quivy & Campenhoudt, 2005). A forma mais comum de analisar a informação de uma entrevista é a análise de conteúdo. De forma a alcançar esse objetivo, a tarefa do investigador é organizar o texto em dados num formato que seja útil às questões de investigação. Para tal, o investigador procura inicialmente classes que ocorram naturalmente, cujos elementos partilhem características importantes, ou seja, semelhanças e diferenças nos dados obtidos (Lune & Berg, 2017). Estas categorias definidas para a análise de conteúdo podem ser baseadas em temas adequados e escolhidos pelo investigador para responder à questão de investigação, ou serem determinadas indutivamente, surgindo durante a análise dos dados.

Neste estudo, as categorias definidas para agrupar a informação e responder à questão de investigação são resultado também da informação recolhida na fase exploratória, tanto a nível da revisão de literatura como entrevistas exploratórias e dos objetivos de investigação. Como tal, a análise de dados iniciou-se com a categorização temática do conteúdo. Foram criados subtítulos, relacionados às questões de investigação deste estudo, de modo a compreender os pontos de convergência e divergência presentes nas declarações dos diferentes entrevistados, e identificar tendências. Dada a amostra limitada do estudo, não é objetivo generalizar.

Por conseguinte, as categorias que defini para agrupar os dados da investigação, são:

- **A importância das notícias de ambiente:** Esta categoria pretende perceber qual a importância que a temática ambiental, e as notícias relacionadas, têm na revista Sábado, e qual a importância dada pelos jornalistas e editores.
- **Seleção das notícias de ambiente:** Aqui o objetivo é perceber qual o processo que está por detrás da seleção das notícias relacionadas com o ambiente e quem tem a responsabilidade destas escolhas.
- **Crítérios para as notícias de ambiente:** A negatividade é um critério jornalístico muito presente, nas notícias em geral e na temática ambiental. Como tal, nesta categoria pretende-se saber quais os critérios e valores que levam à seleção dos temas de ambiente.

- **A função do jornalismo:** Nesta categoria o objetivo é entender como os jornalistas e editores vêem o seu papel e dos seus colegas enquanto profissionais, e que responsabilidades acreditam fazerem parte da sua profissão.
- **A visão do jornalismo de soluções:** Dado ser um conceito relativamente recente e não consensual entre jornalistas, aqui o objetivo é explorar as perspetivas e o conhecimento que os jornalistas da revista Sábado têm acerca do jornalismo de soluções.
- **O conceito de objetividade:** Um valor tradicional no jornalismo, por muitos profissionais defendido, esta categoria pretende perceber como os jornalistas entendem a objetividade na prática e como a definem.
- **A proximidade do ativismo:** Sendo uma das principais críticas ao jornalismo de soluções a possibilidade de ser interpretado como ativismo, aqui o objetivo é determinar se, para os jornalistas da Sábado, este conceito tem uma proximidade com a defesa de causas.
- **O efeito das soluções:** Nesta categoria pretende-se compreender quais as consequências que o jornalismo de soluções pode ter no público, assim como no jornalismo, segundo os jornalistas entrevistados.
- **Melhorar o jornalismo ambiental:** Esta categoria explora as indicações concepções, dos jornalistas e editores da Sábado, de como o jornalismo ambiental pode ser mais eficiente na passagem da mensagem e na mobilização do público.

4.5. Limitações ao Estudo

Uma das limitações deste estudo prende-se com o facto de não ter conseguido contar com a contribuição dos jornalistas das outras publicações do grupo Cofina, o “Jornal de Negócios” e o “Correio da Manhã”, uma vez que, juntamente com a revista “Sábado”, formam as publicações impressas deste grupo. Teria sido bastante benéfico para o meu trabalho poder contar com a participação destes três órgãos de comunicação, expandindo a amostra.

Tentei por diversas vezes realizar a entrevista exploratória com o diretor do “Jornal de Negócios”, mas que, pela ausência de resposta de qualquer membro de direção com que

me deparei, tive que avançar com a metodologia sem a contribuição deste jornal. Não obstante, foi possível realizar entrevista com o diretor do “Correio da Manhã”, que ofereceu um contributo valioso para as entrevistas exploratórias, juntamente com o diretor da revista “Sábado”. Todavia não foi possível realizar as entrevistas em profundidade com jornalistas do “Correio da Manhã”.

O facto do estudo estar limitado a um órgão de comunicação social torna o universo estudado pequeno, possível de não refletir a complexidade do panorama nacional composto por diversos órgãos de comunicação. As conclusões podem estar limitadas ao facto de apresentarem a realidade de uma publicação em específico, ainda que seja uma publicação de referência no país.

As entrevistas terem sido realizadas por email, e não presencialmente, impõe as limitações que uma entrevista presencial não teria, como um maior desenvolvimento e maior espontaneidade nas respostas. As entrevistas foram idealizadas para serem realizadas presencialmente, mas com o contexto pandémico durante o qual o estudo foi realizado, não permitiu que assim fosse.

Por fim, a última limitação prende-se com o facto de o objeto de estudo, a revista Sábado não possuir uma editoria de “Ambiente” ou até de “Ciência” (apenas na versão online), e, conseqüentemente, não possuir jornalistas especializados nesta temática, podendo constituir um enviesamento e limitação do estudo.

Capítulo 5: Análise de resultados

5.1. Apresentação dos dados exploratórios

As entrevistas exploratórias foram feitas com os diretores da revista Sábado e do jornal Correio da Manhã, Eduardo Dâmaso e Carlos Rodrigues, respetivamente. A transcrição na íntegra das entrevistas pode ser encontrada nos Anexos J e K. Foram criadas diversas categorias, consoante os temas relevantes para este estudo, tendo em conta as perguntas realizadas.

A perspetiva dos diretores em relação à cobertura ambiental

No que diz respeito à relevância dos acontecimentos ambientais, Eduardo Dâmaso não distingue a relevância de uma notícia ambiental de outro tipo de notícias, sendo que esta é explicada “pelas regras fundadoras do jornalismo: tem de ter interesse público, tem de ser verdadeiro e tem de ser contraditado”. Carlos Rodrigues, diretor do Correio da Manhã, vai ao encontro deste conceito, não diferenciando as notícias ambientais de outros temas, afirmando que “seja em que área for, notícia é o novo relevante, algo que constitui uma novidade e que tenha interesse público para a comunidade”. Rodrigues realça ainda que a importância dada à cobertura ambiental no Correio da Manhã é a mesma que “todas as outras áreas”, explicando que “se é notícia, tem total relevância e importância para nós”.

Porém, Dâmaso, considera que, não contando com a vida humana, não existe algo com mais interesse público do que a preservação do ambiente, o que desta forma “representa um imperativo que se coloca, hoje mais do que nunca, a todos os projetos editoriais”. Dâmaso explica que a revista Sábado possui um “património antigo de preocupação com temas ambientais” e que desde a fundação da revista que “o Ambiente está nas prioridades deste projeto editorial” e a importância desta cobertura é “total”. O diretor da Sábado acrescenta ainda que a ótica assumida é a de “promover comportamentos de consumo sustentáveis”. Todavia, menciona o problema de conseguir “compatibilizar as prioridades com os meios disponíveis”, pois, segundo o diretor da revista, a investigação jornalística nesta temática é “dispendiosa e demorada”.

Eduardo Dâmaso afirmou que há um maior interesse por parte do público nas temáticas ambientais, em relação ao passado, o que se reflete no aumento da oferta

informativa existente sobre esta temática, “tanto na Sábado como em outros meios de comunicação social”. Carlos Rodrigues refere que, de uma forma mais geral, todas as notícias vão ter interesse para o público.

O jornalismo de soluções visto pelos diretores

Dâmaso demonstrou conhecer o conceito de jornalismo de soluções, fazendo referência a um outro conceito, como comparação, o de “jornalismo do cidadão”. Para o diretor da revista este caracteriza-se por ser um jornalismo que “se transforma num instrumento de ação social”. Dâmaso considera que pode ter um “potencial transformador”, e que pode ser uma “forma de jornalismo de investigação”. Por outro lado, considera que existe a possibilidade de se tornar um “instrumento de causas que colocam o jornalista no centro de um papel social e até político”. Já o diretor do Correio da Manhã desconhecia o conceito.

A posição relativamente ao jornalismo de soluções foi díspar entre os diretores. Rodrigues acredita que a função do jornalista é reportar notícias, e não “elaborar pensamentos, opiniões ou conceitos sobre os factos noticiados”. Em contrapartida, Dâmaso tem em boa consideração este conceito, acreditando que o jornalismo “não deve ficar numa neutralidade paralisante”, alertando, porém, para o perigo da ocorrência de “eventuais manipulações”.

O futuro do jornalismo de soluções nas publicações

Quanto à possibilidade de introduzir este conceito nas respectivas redações, os diretores tiveram posições opostas. Rodrigues afirma que não há lugar no Correio da Manhã para jornalismo de soluções, pois sendo as notícias o “novo relevante, validado jornalisticamente”, só estas têm presença no jornal. Dâmaso considera que existe lugar, visto que a revista é um órgão de comunicação “aberto a todas as formas de jornalismo”. O diretor da revista considera ainda como vantagem o reforço do papel da Sábado enquanto “ator de sensibilização para as boas práticas ambientais”.

Estas posições foram fundamentadas pela opinião sobre o efeito que o jornalismo de soluções pode ter no combate à prevalência de uma cobertura mais focada no negativo.

Dâmaso considera que esta abordagem tem um risco de “paternalismo sobre o público”. Apesar disso, o diretor afirma que prefere as “abordagens positivas”, realçando, contudo, que o papel principal do jornalismo deve ser “denunciar o que está mal, as injustiças, abuso de poder, as más políticas”. A visão de Carlos Rodrigues é distinta, pois afirma que “não existem notícias positivas ou negativas” e sim apenas “notícias”, que define como “factos validados de acordo com critérios jornalísticos”.

5.2. Apresentação e análise das entrevistas aos jornalistas

Na interpretação dos resultados e elaboração de conclusões, faz-se uma atribuição de significado aos dados selecionados e organizados, por intermédio da formulação de relações ou de configurações apresentadas em proposições ou modelos (Goyette & Boutin, 1990; Lessard-Hébert). De forma a analisar o conteúdo das entrevistas em profundidade aos jornalistas da revista Sábado (Anexos C a I), elaborei categorias, com base nas perguntas realizadas, para a análise dos temas relevantes ao estudo.

Dado que esta investigação diz respeito a um tema muito recente e pouco estudado, a apresentação dos resultados será feita através dos temas debatidos nas entrevistas, relativamente ao ponto de situação do jornalismo ambiental e do jornalismo de soluções na revista Sábado.

Através dos agentes relevantes selecionados para amostra, que neste caso consistiram em jornalistas e editores da revista Sábado, será possível conhecer perspectivas e opiniões em profundidade, e identificar tendências, não sendo o objetivo do estudo generalizar o panorama jornalístico português, visto tratar-se de apenas um órgão de comunicação.

5.2.1. Entrevistas em Profundidade

A importância das notícias de ambiente

A perspetiva da importância do tema “Ambiente” na revista Sábado variou bastante entre os entrevistados, sendo principalmente notória entre quem ocupa cargos de direção/chefia e os jornalistas e editores. Eduardo Dâmaso afirmou que a importância era total, e que o ambiente sempre esteve nas prioridades da revista. Nuno Tiago Pinto, chefe

de redação, concorda, afirmando que o tema ambiente é muito importante nesta publicação. Já Ana Taborda afirma que “não é um dos temas a que é dada mais atenção”. Por outro lado, Vanda Marques, subeditora, explica que a importância varia consoante a relevância que a agenda mediática destina ao tema, referindo como exemplo a pandemia Covid-19 como uma altura em que se abordou temas relacionados com o ambiente, mas que, “como seria de esperar, a saúde teve maior destaque”. Diogo Barreto, jornalista online, avança que no site a importância ainda é “alguma”, mas que, no entanto, é menor na revista, referindo a existência da secção “Ciência e Tecnologia” no site, algo que não acontece na revista impressa. Sónia Bento, editora, refere que a importância é “relativa”. Ana Bela Ferreira, redatora principal, revela que devido principalmente às questões das alterações climáticas, o tema tem cada vez mais relevância, porém ainda está longe de ser “o tema principal”. Leonor Riso, editora online, concorda que a revista Sábado “não tem muitos artigos sobre temas ambientais”, contudo, quando cobre esta temática, são artigos “de profundidade e investigação, ou em formato de entrevista e em grande destaque”.

Seleção das notícias de ambiente

Nuno Tiago Pinto, chefe de redação, refere que o “editor tem autonomia para gerir equipas e propor temas”, porém realça que é à direção e à chefia a quem cabe a decisão final. Menciona ainda a autonomia que cada jornalista tem para fazer e procurar as suas próprias histórias relacionadas com o ambiente. Ana Bela Ferreira, explica a importância de manter contactos com diversas fontes, pois estas vão dando pista sobre temas que podem valer a pena tratar”, assim como a de estar alerta “à agenda de forma a não perder datas importantes. A editora concorda também com Nuno Tiago Pinto, na medida em que frequentemente os diretores e/ou subeditores atribuem as histórias aos jornalistas. Ana Taborda, redatora principal e editora de “Sociedade”, confirma ao dizer que as ideias sobre esta temática são dela própria ou dos jornalistas da secção, e que a atribuição também é feita pelos editores e subeditores. Vanda Marques refere que, visto não haver na revista uma secção ou jornalista que trata “em exclusivo o tema”, as histórias surgem “conforme a atualidade”. Indo ao encontro do que Ana Taborda diz, são os editores (e subeditores), onde Vanda se insere, que propõem as histórias, assim como a direção. Diogo Bottero

expressa que no site são os jornalistas que escolhem as histórias, quando “surtem propostas apelativas” e que também aqui os editores podem sugerir temas. Leonor Riso diz que “é à medida que surtem histórias ou a atualidade se impõe”, e que estas são escolhidas entre a equipa do online, devido tanto “à dimensão reduzida” como ao facto de não existir um jornalista responsável apenas por esse tema.

Crítérios para as notícias de ambiente

Quando questionado sobre o que torna relevante um acontecimento ambiental, Nuno Tiago Pinto, chefe de redação, diz que não difere do que torna todos os outros acontecimentos relevantes, ou seja, “a importância, o impacto, a proximidade”. O chefe de redação afirma que a ideia de que na Sábado tentam tratar o tema ambiental da mesma forma que os outros temas”, significando isto que há uma “abordagem criativa” e a procura de “um ângulo original mas certo”. Ana Bela Ferreira, redatora principal, também refere que os critérios estão relacionados com os fatores de relevância, e que podem ser a negatividade, o conflito, o choque, um acontecimento político. A redatora principal diz que uma “boa notícia é bastante considerada”, afirmando que irá ter um destaque semelhante, ponderando talvez até ter um destaque maior “no contexto atual”. Ana Taborda, também concorda que a existência de um conflito é critério para uma notícia ambiental, porém acrescenta que a atualidade e o efeito surpresa também o são, assim como ser um tema menos discutido, ou quando há um “ângulo mais criativo”. Sónia Bento, refere que é o impacto que a notícia pode ter nos leitores o principal critério aquando a escolha de uma notícia ambiental. Já Diogo Barreto aponta a “magnitude do acontecimento” como a forma de avaliar se um tema ambiental é escolhido para notícia, independentemente de este ser negativo ou positivo, chocante ou não. Vanda Marques, subeditora, refere a novidade como critério, dando o exemplo de “uma descoberta revolucionária”. O facto de ser um evento político, ou um acontecimento que mobilize uma grande quantidade de pessoas, assim como as eventuais consequências do acontecimento ambiental. Leonor Riso, editora da secção online, não concorda com nenhum dos critérios enumerados, declarando que atualmente “impõe-se a virtude da atualidade”, referindo como exemplos grandes

acontecimento, como “protestos de jovens”, “últimas divulgações científicas” e “eventos como as COP (Conferência das Partes)”.

A função do jornalismo

Nuno Tiago Pinto, chefe de redação, afirma que a função do jornalismo é “relatar os factos com rigor e isenção, denunciar problemas no mundo” e que apenas ocasionalmente “apontar eventuais caminhos”. Para o chefe de redação o jornalismo nunca deve ter como função indicar a “solução de qualquer problema”. Diogo Barreto, jornalista online, não considera que o jornalista tenha como uma das suas funções ter um impacto positivo, mas sim “informar, contar histórias e investigar”. O impacto, para este jornalista, é algo que vem depois e que deve “partir do que a sociedade entender fazer com a informação”. Vanda Marques, subeditora, entende que o jornalismo tem como função informar o público e “dar-lhe todas as suas ferramentas para pensarem pela sua cabeça”. A função do jornalista, e o impacto que este deve ter, é, segundo esta jornalista, apenas informar. Ana Taborda concorda com esta visão da função do jornalista, dizendo que este deve fornecer informação que depois “permita aos leitores tirarem as suas próprias conclusões”. Para esta jornalista e redatora principal, ter um impacto positivo não é pertinente para o jornalista, e entende que uma notícia “pode não ter um impacto positivo e ter impacto” perante o público. Ana Bela Ferreira vê a função de jornalista como a obrigação de “fiscalizar os poderes e denunciar”. Ainda assim, “dar a conhecer soluções” também é referido pela editora. Indo ao encontro do que os colegas jornalistas disseram, Leonor Riso considera a função do jornalista como a de “contribuir o mais possível para que as pessoas tomem decisões informadas”. Para a editora do online, o que é importante e central é “apurar a verdade dos factos”, acrescentando que tal nem sempre “é positivo para todos”.

A visão do jornalismo de soluções

Dos jornalistas entrevistados, dois desconheciam o conceito de jornalismo de soluções, no entanto, o grau de familiaridade com o conceito variou entre todos os entrevistados, assim como a sua conceção do mesmo.

Nuno Tiago Pinto, chefe de redação, conhecedor deste conceito, afirmou perentoriamente que este não tem qualquer sentido para o jornalismo, comparando-o ao jornalismo ativista ou ao jornalismo de causas. Da mesma forma, Diogo Barreto, jornalista online, conhece o conceito, que define como “jornalismo que está relacionado com problemas concretos da sociedade”, e não é apologista. O jornalista acredita que é “um conceito utópico no panorama do jornalismo atual” e que um jornalista que o aplica parte com uma narrativa pré-feita, o que pode levar a um enviesamento desde o início. Vanda Marques, subeditora, está familiarizada com este conceito, no entanto afirma que o jornalismo “não é passível de ser encaixotado”, e que recorrer a este conceito, incluindo soluções nas histórias, “faz parte do jornalismo desde que o jornalismo existe”. Ana Taborda, uma das entrevistadas que não conhecia o conceito de jornalismo de soluções, após se familiarizar, revelou acreditar que os “critérios jornalísticos” não devem favorecer uma certa forma de jornalismo”. Porém assumiu já ter utilizado o que a jornalista considera, jornalismo de soluções, tal como a colocação de links em notícias e “formas de apoiar financeiramente”. Acrescenta ainda que crê existirem fatores “mais relevantes” quando é decidido e abordado um tema. Ana Bela Ferreira, editora, assume conhecer o conceito de jornalismo de soluções, mais de uma forma prática do que teórica, acreditando que esta prática “já faz parte de muitos dos trabalhos na imprensa nacional”. Todavia, este não é muito discutido enquanto conceito teórico. Leonor Riso, editora online, a segunda entrevistada a não conhecer o conceito de jornalismo de soluções, define-o como um jornalismo que “exemplifica soluções para determinados problemas sociais ou erros políticos”, afirmando também que já recorreu a este conceito nas suas histórias, sem ter conhecimento.

O conceito de objetividade

Diogo Barreto considera a objetividade como algo que é impossível de alcançar para um jornalista, mas que, não obstante continua a ser um “objetivo que deve ser procurado”. Vanda Marques define objetividade como “relatar a realidade”, e que para isso o jornalista deve relatar os dois lados da questão, cabendo ao leitor “pensar pela sua cabeça”. De forma semelhante, Ana Taborda descreve a objetividade como “ouvir todos os

lados possíveis para uma história”. Junto a esta definição de objetividade, Ana Bela Ferreira define o conceito como “contar todos os lados possíveis da história”, para que o público forme as suas próprias conclusões. Leonor Riso também considera “ouvir todos os lados da história” como a caracterização do conceito de objetividade.

A proximidade do ativismo

Nuno Tiago Pinto, chefe de redação, considera esta forma de jornalismo como uma forma de ativismo. Diogo Barreto considera que este tipo de jornalismo pode ser visto como ativismo, tanto por parte dos colegas jornalistas como por parte do público. Vanda Marques acredita igualmente que este tipo de jornalismo pode ser visto como ativismo. Ana Taborda, não considera que este tipo de jornalismo ponha em causa “valores fundamentais do jornalismo”, todavia reconhece que há um maior risco de este ser considerado ativismo, por parte do público e dos outros jornalistas. Ana Bela Ferreira concorda, ao não acreditar que este tipo de jornalismo vá contra conceitos basilares do jornalismo, como a objetividade e imparcialidade, ainda assim, acompanha os seus colegas ao crer que possa ser visto como uma forma de ativismo. Leonor Riso, editora online, não crê que este jornalismo entre em conflito com regras basilares do jornalismo, nem que seja considerado ativismo.

O efeito das soluções

Diogo Barreto, jornalista online, manifesta que “vai agradar aos que concordam com o tema, e desagradar aos que não concordam”, levando a que parte do público considere um trabalho importante, e outra parte um trabalho “cheio de defeitos”. Diogo Barreto considera que o impacto das notícias deve ser medido pelo público, e, apesar de acreditar que o jornalismo de soluções pode de facto ter um impacto nas atitudes dos indivíduos, este é um efeito negativo e “perigoso”.

Vanda Marques acredita que influenciar o discurso público é “sempre uma posição muito complexa”, afirmando que “o verbo influenciar é sempre polémico”, reiterando que o papel do jornalista é informar, relatar e denunciar.

Ana Taborda considera que, ter um impacto positivo não é pertinente para o jornalista, e que uma notícia “pode não ter um impacto positivo e ter impacto” perante o público, porém admite que o jornalismo de soluções pode mobilizar o público para soluções “mais imediatas”. Nuno Tiago Pinto, chefe de redação, tem uma visão contrária sobre este conceito e o seu efeito, não acreditando que uma cobertura focada na parte negativa e no conflito possa ter um efeito negativo no público, alegando desconhecimento quando confrontado com estudos que provam essa consequência. Leonor Riso, editora online, acredita que este conceito “enriquece o jornalismo”, e admite que pode ter um efeito na consciencialização do público para soluções “que possam querer aplicar ou apoiar”. Ana Bela Ferreira prefere não avançar com uma opinião sobre a relevância deste conceito no futuro do jornalismo.

Melhorar o jornalismo ambiental

Ana Bela Ferreira refere que para os jornalistas comunicarem de forma mais eficaz as temáticas ambientais, devem dar “mais atenção e aproximar os temas da realidade do público”. A redatora principal considera que relatar impactos não visíveis no “imediato” ou sobre realidades distantes ajuda a tornar a temática “menos interessante para o público”. Para Vanda Marques que a cobertura ambiental não deve causar divisões no público, mas sim providenciar ferramentas como “estudos e opiniões científicas”, assim como “simplificar o complexo e apropriar a linguagem ao público alvo”. Para Diogo Barreto, a cobertura ambiental deveria ser menos “maniqueísta”, recorrendo menos a extremos e dicotomias, e defende ainda que os jornalistas devem ser mais “imparciais” relativamente ao tema “ambiente”. Ana Bela Ferreira considera, no entanto, o jornalismo de soluções como possível opção para uma mais eficaz cobertura ambiental.

Quando questionados sobre que temáticas a forma de jornalismo de soluções poderia adaptar, o Ambiente foi muitas vezes referido, visível nas entrevistas com Ana Taborda, Leonor Riso, Ana Bela Ferreira e Diogo Barreto.

5.3. Discussão

Nesta parte pretende-se fazer uma triangulação de resultados entre a revisão de literatura, as entrevistas exploratórias e as entrevistas em profundidade, de maneira a ponderar sobre a temática em estudo e relacioná-la com as questões de investigação.

O ponto de vista da direção da revista Sábado e do jornal Correio da Manhã em relação ao jornalismo de soluções no geral e em específico na cobertura ambiental

Os diretores das duas publicações revelaram posições díspares relativamente ao conceito de jornalismo de soluções, à sua aplicação às notícias ambientais e ao seu futuro nas respectivas publicações que dirigem. Eduardo Dâmaso, diretor da revista Sábado, estava familiarizado com o conceito, no entanto com uma visão que não correspondia à realidade da definição utilizada nesta investigação, ao compará-lo ao conceito de “jornalismo cidadão”. O diretor da Sábado reconheceu características valiosas desta prática de jornalismo, como o “potencial transformador”, acreditando que o jornalismo não se deve deter numa “neutralidade paralisante”. Porém, revelou também desconfiança perante o conceito, considerando possível este jornalismo tornar-se “um instrumento de causas”, mostrando aversão ao facto de o jornalista ter “um papel social”. Por outro lado, Carlos Rodrigues, diretor do Correio da Manhã, não estava familiarizado com este conceito, considerando que o jornalismo tem a função de reportar notícias, e não “elaborar pensamentos, opiniões ou conceitos sobre os factos noticiados”. Foi possível perceber uma falta de esclarecimento relativamente ao conceito de jornalismo de soluções, e a dificuldade em conceber o conceito como sendo factual e não de teor opinativo.

Relativamente à influência que notícias negativas podem ter no público - a fadiga por compaixão (Hoijer, 2004; Kinnick et al., 1996; McIntyre & Sobel, 2017) - esta é minimizada por ambos os diretores. O diretor da revista Sábado considera que esta visão tem um risco de “paternalismo sobre o público”. Porém, admite preferir as “abordagens positivas”, demonstrando, por um lado, a confusão existente em associar jornalismo de soluções com jornalismo positivo, que difere por o jornalismo positivo não ter um compromisso com certas funções básicas do jornalismo, como uma “*strong societal relevance*” (McIntyre & Gyldensted, 2017, p. 28). Por outro lado, revela uma abertura a

uma visão que não está apenas focada em emoções e eventos negativos, como é comum no jornalismo tradicional (McIntyre & Gyldensted, 2019). Carlos Rodrigues, diretor do Correio da Manhã, vai mais longe ao afirmar que não reconhece a existência de uma distinção entre notícias positivas ou negativas, mas sim apenas de notícias, contrariando o que vários autores defendem (Bratslavky et al., 2001; Harcup & O'Neill, 2017; Shoemaker & Reese, 2014).

Consequentemente a estes pontos de vista díspares, a opinião dos diretores relativamente ao futuro deste tipo de jornalismo nas publicações foi também diferente. Carlos Rodrigues manteve a sua posição, negando haver lugar para esta prática no Correio da Manhã. Para o diretor só há um tipo de notícias, que são os “factos validados” e o “novo relevante”, e apenas estas têm lugar nesta publicação. Carlos Dâmaso, por outro lado, afirma que a revista Sábado é recetiva às várias formas de jornalismo, vendo também como um ponto positivo o reforço do papel da revista como “ator de sensibilização para as boas práticas ambientais” e de “promover comportamentos de consumo sustentáveis”. Como tal, apesar de, por um lado, rejeitar o conceito de jornalismo de soluções, admite, por outro, um jornalismo mais ativo por oposição a um mais passivo (Bro, 2008).

A importância da cobertura ambiental na revista Sábado

A perspetiva da importância da cobertura ambiental divergiu entre os entrevistados, sendo mais notória a diferença entre os entrevistados que ocupam cargos de direção/chefia e os jornalistas/editores. Eduardo Dâmaso, diretor, e Nuno Tiago Pinto, chefe de redação, ambos afirmaram a importância da cobertura ambiental para a revista. Os jornalistas e editores entrevistados afirmaram que, apesar de ter cada vez mais relevância, o tema ambiental não é dos mais importantes, sendo a sua produção de notícias sobre a temática reduzida, em particular na revista impressa, por oposição ao *site*. Uma jornalista realçou o facto de se estar a atravessar uma pandemia, o que teve como consequência um maior foco em notícias da área da saúde e, mais especificamente, relacionadas com a Covid-19.

Foi possível observar que, tal como referido por Carvalho (2010) e Horta e Carvalho (2016), há um grande enfoque dado aos temas ambientais aquando da ocorrência de eventos internacionais (Conferências da ONU sobre o Clima; greve climática

estudantil). Com efeito, estes eventos foram mencionados como critério por vários dos jornalistas entrevistados.

O conflito e a negatividade foram identificados pelos jornalistas entrevistados como valores importantes relativamente ao que confere o valor noticioso a um assunto, indo ao encontro do que os autores Harcup e O'Neil (2017) definiram. Haagerup (2017) também refere que uma notícia tende a ser sobre conflito, sendo demonstrado nas entrevistas que foram realizadas que *“this kind of reporting where journalists document problems and find the ones to blame, is mostly what news culture rewards”*.

As experiências e atitudes dos jornalistas que cobrem temáticas ambientais em relação ao jornalismo de soluções, na revista Sábado

Dos sete jornalistas entrevistados, dois desconheciam o conceito de jornalismo de soluções. Porém, dos que estavam familiarizados com o conceito, a sua percepção foi diferente. Foi também possível perceber que os jornalistas detinham um conhecimento sobre este conceito, mesmo que não conscientemente ou de uma forma teórica, pois muitos, após serem apresentados ao jornalismo de soluções, afirmaram já ter recorrido a esta forma de jornalismo nos seus trabalhos.

Nuno Tiago Pinto, chefe de redação, chegou a equivaler o jornalismo de soluções com o jornalismo de causas, que, apesar de diferentes, autores como Wenzel et al. (2018) consideram estar na raiz do jornalismo de soluções.

Para os jornalistas entrevistados, a visão do papel do jornalista ainda é convencional, sendo que vêem como função principal do jornalista informar o público, relatar factos, denunciar problemas - uma visão tradicional, como refere Hermans e Gyldensted (2019). Estas características realçadas pelos jornalistas, relacionadas com a função de *watchdog*, vão ao encontro das ideias de Gans (2010), que considera este papel como estando bastante enraizado e aceite na cultura jornalística.

O impacto que as notícias podem ter no público não foi entendido pelos jornalistas como sendo parte das suas funções e preocupações, ao contrário do que acontece com os jornalistas que praticam a modalidade de jornalismo de soluções (Lough & McIntyre, 2018; Powers & Curry, 2019). É referido por vários jornalistas que o que o público faz com

a informação é da sua responsabilidade, havendo o foco apenas na disseminação da informação, tal como Bro (2008) refere ser típico do jornalismo passivo. Contudo, duas das jornalistas entrevistadas, Vanda Marques e Ana Bela Ferreira, afirmam que a abordagem pelas soluções sempre fez parte do jornalismo e é adotada. Não se verifica, desta forma, um sentimento de responsabilidade pelo impacto que as notícias podem ter, como Hermans e Gyldensted (2019) defendem ser necessário desenvolver nos jornalistas.

Quando questionados diretamente sobre o seu papel, os jornalistas recorrem a definições e conceitos tradicionais para o jornalismo. Contudo, se, por um lado, excluem a proposta de soluções do âmbito das funções do jornalista, por outro, e na prática, acabam por ser mais flexíveis a aplicar e a utilizar estes conceitos, ao legitimá-los e aceitá-los.

Todos os jornalistas entrevistados referiram um entendimento semelhante de objetividade. Para estes jornalistas, a objetividade passa por relatar todos os lados possíveis da questão a ser tratada. Verifica-se, assim, um recurso ao "equilíbrio" como meio para alcançar a objetividade e a neutralidade. Esta noção de cobertura equilibrada, quando associada à cobertura ambiental, tema a que todos os jornalistas entrevistados também se dedicam, pode levar a que a realidade do consenso científico não seja refletida, como afirmam Boykoff e Boykoff (2008) e Hansen (2020). Por outro lado, não se verificou entre os jornalistas entrevistados a ideia de substituir esta cobertura "equilibrada" por uma contextualização ativa ou dos impactos locais e regionais, uma tendência que se verifica a nível internacional (Dunwoody, 2005; Gibson et al., 2015).

Os jornalistas ainda demonstram reservas em romper com conceitos e definições clássicas do jornalismo. Introduzir o conceito de jornalismo de soluções, e explicá-lo como sendo rigoroso e factual, não impediu que a maioria dos entrevistados considerasse que este pode ser interpretado como uma forma de ativismo. Porém, duas jornalistas, Ana Taborda e Ana Bela Ferreira, embora reconheçam que o conceito como pode ser classificado como ativismo, não concebem que este contrarie os valores clássicos do jornalismo, como a objetividade e a imparcialidade, revelando, assim, uma contradição.

As condições existentes, identificadas pelos jornalistas e editores, para incorporar o jornalismo de soluções na cobertura ambiental na revista Sábado

Quanto aos efeitos das soluções em histórias, as opiniões divergiram bastante entre os entrevistados. Uma das jornalistas (e editora) entrevistadas, Vanda Marques, afasta qualquer possibilidade de que influenciar deva pertencer ao vocabulário do jornalista ao realizar uma história. Por outro lado, o jornalista Diogo Barreto reconhece o impacto que este jornalismo pode ter no público, ainda assim, vê este impacto como algo a evitar, considerando-o prejudicial e perigoso.

Existe, pois, uma renitência considerável em aceitar este conceito como algo a incorporar no jornalismo e nas notícias. Para uns jornalistas, de forma mais veemente e inflexível, afastando por completo a função de influenciar enquanto jornalistas, considerando-o um efeito prejudicial. Ademais, rejeita-se a ideia de que uma cobertura noticiosa que dê maior destaque ao conflito e à negatividade tenha um efeito negativo no público. Verifica-se, assim, uma desvalorização ou desconhecimento do conceito *compassion fatigue*, referido na revisão de literatura. Como expõem Keniscki (2004) e Kinnick et al. (1996), uma ênfase em notícias negativas leva a um ponto de saturação no público, podendo desencadear um impacto negativo.

Outros jornalistas têm uma visão mais flexível, por vezes contraditória, como Ana Taborda, que, por um lado, considera que ter um impacto positivo não é algo que deva ser pertinente para um jornalista; por outro lado, acredita que o jornalismo de soluções é uma ferramenta útil para mobilizar o público. Apesar da resistência a este conceito por parte de alguns jornalistas, quando questionados sobre que temáticas esta forma de jornalismo se poderia adaptar, o Ambiente foi muitas vezes referido como uma possibilidade.

Os jornalistas, editores e diretores revelaram uma grande dificuldade na aceitação do jornalismo de soluções, o que poderá advir de uma percepção incompleta ou equivocada do conceito e da sua aplicação prática. Deste modo, a realização de sessões de formação sobre jornalismo de soluções nas redações, o testemunho de outros jornalistas e de redações que passaram a utilizar o jornalismo de soluções na sua prática, e a demonstração de reportagens que utilizam este conceito podem vir a ter um efeito benéfico, contribuindo para a sua clarificação.

Conclusão

Uma vez que o ambiente tem um papel cada vez mais preponderante na comunicação social, devido, em parte, à iminência das alterações climáticas, torna-se pertinente analisar o modo como os jornalistas que se dedicam à área ambiental realizam a cobertura das temáticas que lhe estão associadas. Concomitantemente, revelou-se fundamental compreender as perspetivas e perceções que estes jornalistas têm relativamente ao jornalismo de soluções, conceito relativamente recente e que oferece alternativas à cobertura jornalística mais tradicional, que procura oferecer soluções factuais para problemas sociais.

De forma a refletir sobre estes assuntos, foi necessário investigar o jornalismo ambiental e as suas características particulares, o conceito de jornalismo de soluções, assim como as perspetivas de quem o utiliza ou pode vir a utilizar. Para esse fim, foi relevante obter testemunhos dos diretores de dois órgãos de comunicação social, a revista Sábado e o jornal Correio da Manhã, assim como dos próprios difusores de informação, jornalistas e editores da revista Sábado.

Deste modo, este relatório de estágio teve como principal objetivo estudar a perceção que existia do jornalismo de soluções, em particular na cobertura ambiental, com foco na revista Sábado. Como tal, este estudo partiu da questão: “Qual a perceção do jornalismo de soluções na cobertura noticiosa ambiental no grupo Cofina?”. Constatou-se que as opiniões não foram consensuais entre todos os entrevistados, notando-se, todavia, uma tendência geral para uma renitência em aceitar este conceito como imparcial, objetivo e essencial à função do jornalista, verificando-se, no entanto, uma maior aceitação quando relacionado com a cobertura ambiental.

Junto dos diretores foi possível perceber que existem visões muito díspares entre os órgãos de comunicação relativamente à utilidade e conceção do jornalismo de soluções, assim como à perceção das notícias sobre ambiente. Enquanto o diretor da revista Sábado reconheceu algumas características valiosas no conceito de jornalismo de soluções, o diretor do jornal Correio da Manhã distanciou-se totalmente desta prática. Ambos os diretores revelaram desconsideração pelo fenómeno de “fadiga por compaixão”. O diretor da Sábado considerou que uma cobertura noticiosa focada em eventos negativos não vai ter

uma influência no público, o diretor do Correio da Manhã desvalorizou a distinção entre notícias negativas e positivas, afirmando só existirem notícias. Pode-se concluir, assim, que o diretor do Correio da Manhã não admite haver lugar para este tipo de jornalismo no jornal que dirige, por seu turno, o diretor da Sábado mostrou-se receptivo à introdução desta prática jornalística.

Foi também possível perceber a divergência de concepções, em relação à importância da cobertura ambiental, entre quem ocupa cargos de direção e chefia (diretor e chefe de redação) e os jornalistas e editores. Os cargos com maior poder de decisão consideraram que a cobertura ambiental é de grande importância, o que contrasta com a opinião dos jornalistas e editores, ao referirem que esta temática não é das mais relevantes na revista. Percebeu-se que na temática ambiental são os grandes eventos nacionais e internacionais que, em boa medida, decidem a agenda de cobertura mediática. A negatividade e o conflito foram identificados pelos jornalistas como critérios importantes e que conferem valor noticioso a um assunto, demonstrando que estes ainda estão presentes na cultura jornalística (Bruggeman & Engesser, 2014; Shoemaker & Reese, 2014).

Apenas dois dos entrevistados desconheciam por completo o conceito de jornalismo de soluções. Porém, foi também possível perceber que alguns dos jornalistas tinham algumas concepções equivocadas sobre este conceito, assim como contradições entre a ideia teórica que tinham do conceito e depois a prática, chegando à conclusão que já tinham recorrido a esta forma de jornalismo.

Foi essencial aferir que, na perspectiva destes jornalistas, mediar o impacto que as notícias têm no público não faz parte da função do jornalista, uma visão contrária do que defende o jornalismo de soluções e os jornalistas que o praticam. Há desta forma uma adesão ao tipo de jornalismo passivo, e a visão da função do jornalista mais tradicional, como *watchdog*, de informar, relatar factos e denunciar problemas (Bro, 2008; Gans, 2010; Hermans & Gyldensted, 2019). Deste modo, de forma teórica, excluem que propor soluções faça parte da função do jornalista, mas, na prática, são mais flexíveis, muitos admitindo até já ter recorrido a esta abordagem nas suas reportagens, mostrando maior aceitação (McIntyre et al., 2016).

Da mesma forma, foi importante perceber a concepção que estes jornalistas têm do conceito de objetividade e como o aplicam. A maioria dos entrevistados definiu objetividade como uma cobertura “equilibrada”, isto é, dar cobertura a todos os lados, o que pode ter consequências negativas nas notícias sobre ambiente e alterações climáticas, temas que estes jornalistas cobrem.

Constatou-se também uma resistência por parte dos jornalistas em aceitar o conceito de jornalismo de soluções. Enquanto uns rejeitavam veementemente a possibilidade de um jornalista ter um papel ativo ao colocar soluções nas suas histórias, outros jornalistas revelaram, por vezes, posições contraditórias. Importa ainda ressaltar que os jornalistas demonstraram ou uma desvalorização, ou um desconhecimento do conceito de fadiga por compaixão, e os efeitos negativos que uma cobertura mediática focada no conflito pode ter no público (Hoiyer, 2004; Kinnick et al., 1996; McIntyre & Sobel, 2017).

Se, por um lado, globalmente, o conceito de jornalismo de soluções encontrou ceticismo por parte dos jornalistas, quase todos concordaram que o tema Ambiente é um dos com maior possibilidade de se adaptar ao jornalismo de soluções.

Considera-se que um impedimento significativo à aceitação do jornalismo de soluções por parte dos jornalistas, editores e diretores foi a percepção errada ou incompleta do conceito em si, e a sua não concepção no sentido prático. Assim sendo, a realização de sessões de formação sobre jornalismo de soluções nas redações seria a fundação base necessária para um maior esclarecimento deste conceito entre os jornalistas, editores e diretores. Adicionalmente, uma demonstração prática deste conceito seria também essencial, através da apresentação de reportagens realizadas sob a visão do jornalismo de soluções. O testemunho de jornalistas, editores e diretores, de redações que passaram a incorporar o jornalismo de soluções, como forma de perceber, na prática, os efeitos que esta abordagem passou a ter, para o meio de comunicação, para o seu público, para o trabalho dos profissionais, assim como as suas dificuldades na implementação. Estas recomendações, no seu conjunto, permitiriam, deste modo, que houvesse um maior esclarecimento do jornalismo de soluções, papel semelhante que tem vindo a ser desempenhado pela SJN.

A inexistência de jornalistas especializados na temática ambiental revelou também que a abordagem utilizada para temas desta área é a mesma que para as outras áreas que os jornalistas reportam. Tal acarretará consequências negativas para a cobertura noticiosa ambiental, dadas as características particulares que advêm do tema. Uma alteração da perspectiva da objetividade como uma cobertura “equilibrada” retratando todos os lados possíveis, por uma contextualização ativa ou dos impactos locais e regionais de certos problemas ambientais vai levar a uma cobertura mediática que reflita o consenso científico e a realidade existente (Dunwoody, 2005; Gibson et al., 2015). A limitação de recursos, é, também, uma restrição a esta forma de jornalismo, visto que reportagens com a vertente de soluções exigem mais meios.

Deste modo, seria muito vantajoso tanto para os órgãos de comunicação, como para o público, que houvesse uma aposta na formação de jornalistas especializados em ambiente e ciência, pois, para além de proporcionar uma comunicação mais eficaz e correta por parte dos jornalistas, também iria facilitar a compreensão por parte do público.

Saía do âmbito desta investigação, mas, para investigações futuras, seria importante alargar este estudo a mais meios de comunicação social portugueses, realizando, eventualmente, um estudo comparativo, de modo a obter um retrato mais consolidado dos limites e potencialidades do jornalismo de soluções em Portugal. Seria também interessante investigar órgãos de comunicação social com secções dedicadas ao ambiente e entrevistar jornalistas que sejam especializados neste tema.

Para dar uma visão completa a esta temática, poderá ser esclarecedor abordar este tema do prisma do público. Ou seja, investigar como é que os leitores veem o conceito de jornalismo de soluções assim como as suas perceções sobre a cobertura ambiental.

Finalmente, perante o desconhecimento ou descredibilização, por parte dos jornalistas e diretores, do fenómeno de “fadiga por compaixão”, seria também de grande utilidade estudar, junto do público português, a realidade e as consequências deste fenómeno psicológico.

O jornalismo de soluções continua a crescer enquanto prática jornalística, e, se por um lado existem alguns impedimentos, relativamente à percepção da sua legitimidade, os jornalistas que o praticam têm esperança no seu futuro.

Referências Bibliográficas

- Atamurto, T., & Varma, A. (2018). The constructive role of journalism: Contentious metadiscourse of constructive journalism and solutions journalism. *Journalism Practice, 12*(6), 695-713.
- Beling Loose, E. (2019). Jornalismo de soluções e mudanças climáticas: Estudo sobre a cobertura da mitigação no site brasileiro G1. En R. Fernández-Reyes, D. Rodrigo-Cano (Ed.), *La comunicación de la mitigación ante la emergencia climática* (pp. 89-108). Sevilla: Egregius.
- Benesch, S. (1998). The rise of solutions journalism. *Columbia Journalism Review, 36*(6), 36-39.
- Berganza Conde, M. R. (2005). *Periodismo Especializado*. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias.
- Borth, A. C., Campbell, E., Munson, S., Patzer, S. M., Yagatich, W. A., & Maibach, E. (2022). Are journalists reporting on the highest-impact climate solutions? Findings from a survey of environmental journalists. *Journalism Practice, 16*(2-3), 443-461
- Bourscheit, A. (2020, junho 15). Soluções podem dar fôlego ao jornalismo, inclusive ambiental. *International Journalists' Network*. Acedido em: 4, março, 2021, em: <https://ijnet.org/en/node/8193>
- Boykoff, M. T. (2011). *Who speaks for the climate? Making sense of media reporting on climate change*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Boykoff, M. T., & Boykoff, J. M. (2004). Balance as bias: Global warming and the US prestige press. *Global Environmental Change, 14*(1).
- Bratslavsky, R. F., Finkenauer, C., & Vohs, K. D. (2001). Bad is stronger than good. *Review of General Psychology, 5*(4), 323-370.
- Bro, P. (2008). Normative navigation in the news media. *Journalism, 9*(3), 309-329.
- Bruggemann, M. (2017). Shifting roles of science journalists covering climate change. *Oxford Research Encyclopedia, Climate Science*. Acedido em: 22, abril, 2021, em: <https://oxfordre.com/climatescience/view/10.1093/acrefore/9780190228620.001.0001/acrefore-9780190228620-e-354>.

- Bruggemann, M., & Engesser, S. (2014). Between consensus and denial: Climate journalists as interpretive community. *Science Communication*, 36(4), 399-427.
- Callison, C. (2014). *How climate change comes to matter*. Durham: Duke University Press.
- Carvalho, A. (2010). Media(ted) discourses and climate change: A focus on political subjectivity and (dis)engagement. *WIREs Climate Change*, 1(2), 172-179.
- Chen, Z., & Berger, J. A. (2013). When, why, and how controversy causes conversation. *Journal of Consumer Research*, 40(3), 580-593.
- Covering Climate Now. (2021, Maio 25). *Watch now: Using solutions journalism to report on climate — Covering climate now*. Covering Climate Now. Acedido em: 26, Maio, 2021, em: <https://coveringclimatenow.org/climate-beat-story/watch-now-using-solutions-journalism-to-report-on-climate/>
- Cox, R. (2018). *Environmental communication and the public sphere*. Thousand Oaks, California: SAGE Publications.
- Curry, A. L., & Hammonds, K. H. (2014). The power of solutions journalism. *Solutions Journalism Network*.
- Davies, C. L. (1999). Journalism, corporatism, democracy. *Media International Australia, Incorporating Culture & Policy*, (90), 53–64.
- Deuze, Mark. (2005). What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. *Journalism*. 6. 442-464.
- Dunwoody, S. (2005). Weight-of-evidence reporting: What is it? Why use it? *Nieman Reports*, 54(4), 89-91.
- Dyer, J. (2015, Junho 11). *Is solutions journalism the solution?* Nieman Lab. <https://niemanreports.org/articles/is-solutions-journalism-the-solution/>
- EC. (2015). *Media use in the European Union. Standard eurobarometer 84*. European Commission.
- Edwards, R., & Holland, J. (2013). *What is qualitative interviewing?* London: Bloomsbury.
- Fahy, D. (2018). Objectivity as trained judgment: How environmental reporters pioneered journalism for a "post-truth" era. *Environmental Communication*, 12(7), 855-861.

- Figueiredo, E., & Fidélis, T. (2003). “No meu quintal, não!”. Contributos para uma análise dos movimentos ambientais de raiz popular em Portugal (1974-1994). *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 65, 151-173.
- Fixes. (2021). Fixes. *The New York Times*. Acedido em: 4, Junho, 2021, em: <https://www.nytimes.com/column/fixes>
- Fontcuberta, M. d. (1993). *La noticia: Pistas para percibir el mundo*. Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica.
- Friedman, S. (2004). And the beat goes on: The third decade of environmental journalism. In S. Senecah (Ed.), *The environmental communication yearbook* (pp. 175-187). N.J.: Lawrence Erlbaum.
- Friedman, S. (2015). The changing face of environmental journalism in the United States. In *The Routledge handbook of environment and communication* (pp. 144-157). London: Routledge
- Galtung, J., & Fischer, D. (2013). High road, low road: Charting the course for peace journalism. In *Springer briefs on pioneers in science and practice* (pp. 95-102). Springer.
- Gans, H. J. (2010). News & the news media in the digital age: Implications for democracy. *Daedalus*, 139(2), 8-17.
- Gibson, T. A., Craig, R. T., Harper, A. C., & Alpert, J. M. (2015). Covering global warming in dubious times: Environmental reporters in the new media ecosystem. *Journalism*, 1-18.
- Girardi, I., Loose, E., & da Silva, J. (2018). O jornalismo ambiental na concepção de quem faz: estudo com jornalistas da América Latina, Caribe, Portugal, Espanha e países africanos de língua portuguesa. *Aturá Revista Pan-Amazônica de Comunicação*, 2(2), 48-66
- Gyldensted, C. (2011). *Innovating news journalism through positive psychology*. MAPP Thesis. University of Pennsylvania Scholarly Commons.
- Gyldensted, C. (2015). *From mirrors to movers: Five elements of positive psychology in constructive journalism*. Charleston, SC: GGroup Publishing.
- Haagerup, U. (2017). *Constructive news*. Aarhus: Aarhus University Press.

- Hanitzsch, T. (2004). Journalists as peacekeeping force? Peace journalism and mass communication theory. *Journalism Studies*, 5(4), 483-495.
- Hanitzsch, T. (2007). Situating peace journalism in journalism studies: A critical appraisal. *Conflict & Communication Online*, 6(2).
- Hanitzsch, T., & Örnebring, H. (2020). Professionalism, professional identity, and journalistic roles. In K. Wahl-Jorgensen & T. Hanitzsch (Eds.), *The handbook of journalism studies* (pp. 105-122). London: Routledge.
- Hansen, A. (2020). Sources, strategic communication, and environmental journalism. In D. B. Sachsman & J. M. Valenti (Eds.), *Routledge handbook of environmental journalism* (pp. 38-51). London: Routledge.
- Harcup, T., & O'Neill, D. (2017). What is news? News values revisited (again). *Journalism Studies*, 18(12), 1470-1488.
- Hermans, L., & Gyldensted, C. (2019). Elements of constructive journalism: Characteristics, practical application and audience valuation. *Journalism*, 20(4), 535-551.
- Hertsgaard, M. (2021). *Talking shop: Climate journalism through a solutions lens* [Webinar]. Covering Climate Now. Acedido em: 12, maio, 2021, em: <https://coveringclimatenow.org/climate-beat-story/watch-now-using-solutions-journalism-to-report-on-climate/>.
- Hiles, S. S., & Hinnant, A. (2014). Climate change in the newsroom: Journalists' evolving standards of objectivity when covering global warming. *Science Communication*, 36(4), 428-453.
- Hoijer, B. (2004). The discourse of global compassion: The audience and media reporting of human suffering. *Media, Culture & Society*, 26(4), 513-31.
- Holstein, J. A., & Gubrium, J. F. (2004). The active interview. In D. Silverman (Ed.), *Qualitative research theory, method and practice* (pp. 140-161). Sage Publications.
- Horta, A., & Carvalho, A. (2016). Climate change communication in Portugal. In *Oxford research encyclopedia, climate science* (pp. 1-32). Oxford University Press.

- IPCC. (2022). *Climate change 2022: Impacts, adaptation, and vulnerability*. Contribution of Working Group II to the Sixth Assessment Report of the Intergovernmental Panel on Climate Change. Cambridge University Press.
- Isani, S. (2007). Specialised journalism & discursal mediation: The sum of all its parts. *Cahiers de l'APLIUT*, XXVI(3), 9-25.
- Keniscki, L. J. (2004). No cure for what ails us: The media-constructed disconnect between societal problems and possible solutions. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 81(1), 53-73.
- Kinnick, K. N., Krugman, D. M., & Cameron, G. T. (1996). Compassion fatigue: Communication and burnout toward social problems. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 73(3), 687-707.
- Kovach, B., & Rosenstiel, T. (2014). *The elements of journalism*. Three Rivers Press - New York.
- Lazarus, R. S. (1999). Hope: An emotion and a vital coping resource against despair. *Social Research*, 66(2), 653-678.
- Lee, S. T., & Maslog, C. C. (2005). War or peace journalism? Asian newspaper coverage of conflicts. *Journal of Communication*, 55(2), 311-329.
- Leme, F. A., & Darde, V. W. d. S. (2018). O papel de coesão social no jornalismo especializado: Um estudo da relação entre jornalistas segmentados em agronegócios com as fontes de informação. *Revista Pauta Geral - Estudos em Jornalismo*, 5(1), 48-66.
- Lough, K., & McIntyre, K. (2018). Journalists' perceptions of solutions journalism and its place in the field. *International Symposium On Online Journalism*, 8(1), 33-52.
- Lough, K., & McIntyre, K. (2019). Visualizing the solution: An analysis of the images that accompany solutions-oriented news stories. *Journalism*, 20(4), 583-599.
- Lune, H., & Berg, B. (2017). *Qualitative research methods for social sciences* (9th ed.). Pearson.
- Lyytimaki, J. (2020). Environmental journalism in the Nordic countries. In *Routledge handbook of environmental journalism* (pp. 221-235). London: Routledge.

- Maier, R. S. (2015). Compassion fatigue and the elusive quest for journalistic impact: A content and reader-metrics analysis assessing audience response. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 9(3), 700-722.
- Maras, S. (2013). *Objectivity in journalism*. Cambridge: Polity Press
- Marchetti, D. (2005). Subfields of specialized journalism. In R. Benson & E. Neveu (Eds.), *Bourdieu and the journalistic field* (pp. 64-82). Cambridge: Polity Press.
- Massey, B. L. (1998). Civic journalism and nonelite sourcing: Making routine newswork of community connectedness. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 75(2), 394-407.
- McCann, S. (2019, September 7). *Reporting on climate change from a solutions lens*. The whole story. Acedido em: 4, Dezembro, 2021, em: <https://thewholestory.solutionsjournalism.org/reporting-on-climate-change-from-a-solutions-lens-765e57e28724>
- McIntyre, K. (2015). *Constructive journalism: The effects of positive emotions and solution information in news stories*. PhD Thesis. The University of North Carolina, Chapel Hill.
- McIntyre, K. (2016). What makes "good" news newsworthy? *Communication Research Reports*, 33(3), 223-230.
- McIntyre, K. (2019). Solutions journalism: The effects of including solution information in news stories about social problems. *Journalism Practice*, 13(1), 16-34.
- McIntyre, K., Dahmen, N. S., & Abdenour, J. (2018). The contextualist function: US newspaper journalists value social responsibility. *Journalism*, 19(12), 1657–1675.
- McIntyre, K., & Gibson, R. (2016). Positive news makes readers feel good: A “silver-lining” approach to negative news can attract audiences. *Southern Communication Journal*, 8(2), 1-12.
- McIntyre, K., & Gyldensted, C. (2017). Constructive journalism: Applying positive psychology techniques to news Production. *The Journal of Media Innovations*, 4(2), 20-34.
- McIntyre, K., & Gyldensted, C. (2018). Positive psychology as a theoretical foundation for constructive journalism. *Journalism Practice*, 12(6), 662-678.

- McIntyre, K. E., & Lough, K. (2021). Toward a clearer conceptualization and operationalization of solutions journalism. *Journalism*, 22(6), 1558-1573
- McIntyre, K., & Sobel, M. (2017). Motivating news audiences: Shock them or provide them with solutions? *Communication & Society*, 30(1), 39-56.
- Mercado-Sáez, M.-T., & Chavez, M. (2020). Environmental journalism in Spain. In *Routledge handbook of environmental journalism* (pp. 234-245). London: Routledge.
- Merritt, D. (1995). Public journalism and public life. *National Civic Review*, 84(3), 262-266.
- Miller, J., & Glassner, B. (2004). The "inside" and the "outside": Finding realities in interviews. In D. Silverman (Ed.), *Qualitative research theory, method and practice* (pp. 125-139). Sage Publications
- Moeller, S. D. (1999). *Compassion fatigue: How the media sell disease, famine, war, and death*. Routledge.
- Moser, S. C. (2010). Communicating climate change: History, challenges, process and future directions. *WIREs Climate Change*, 1(1), 31-53.
- Mooser, S. C. (2016). What more is there to say? Reflections on climate change communication research and practice in the second decade of the 21st century. *WIREs – Climate Change*, 7, 345-369.
- Neuman, W. R. (1990). The threshold of public attention. *Public Opinion Quarterly*, 54(159-176).
- Neuzil, M. (2008). *The environment and the press: From adventure writing to advocacy*. Evanston, Ill.: Northwestern University Press.
- Neuzil, M. (2020). Development of environmental journalism in the West. In *Routledge handbook of environmental journalism* (pp. 19-37). Routledge.
- Neuzil, M., Freedman, E., Poulson, D., & Duffy, K. (2018). Challenges in the teaching of environmental journalism. *Applied Environmental Education and Communication An International Journal*, 17(4), 1-12.
- Neveu, E. (2005). *Sociologia do jornalismo*. Porto: Porto Editora.

- Painter, J. (2019). Climate change journalism: Time to adapt. *Environmental Communication*, 13(3), 424-429.
- Palen, J. A. (1999). Objectivity as independence: Creating the society of environmental journalists, 1989-1997. *Science Communication*, 21(2), 156-171.
- Powers, E., & Curry, A. (2019). No quick fix: How journalists assess the impact and define the boundaries of solutions journalism. *Journalism Studies*, 20(15), 2237-2257.
- Priest, S. (2015). Mapping media's role in environmental thought and action. In A. Hansen, & R. Cox (Eds.), *The Routledge handbook of environment and communication* (pp. 301–311). London: Routledge.
- Quesada Pérez, M. (1998). *Periodismo especializado*. Madrid: Ediciones Internacionales Universitarias.
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. (2005). *Manual de investigação em ciências sociais*. Lisboa: Gradiva.
- Rabinowitz, A. (2021). Climate journalism enters the solutions era. *Columbia Journalism Review*. Acedido em: 4, novembro, 2021, em: https://www.cjr.org/covering_climate_now/climate-solutions-journalism-mothers-of-invention.php
- Reinert, M. (2020). Environmental journalism in France at a turning point. In *Routledge handbook of environmental journalism* (pp. 203-211). London: Routledge.
- Reporters d'Espoirs. (2021). *Reporters of hope*. Reporters d'Espoirs. Acedido em: 4, junho, 2021, em: <https://reportersdespoirs.org/reporters-of-hope/>
- Reuters Institute Digital News Report. (2017, May 30). *News avoidance*. Reuters Institute Digital News Report. Aceido em: 4, novembro, 2021, em: <https://www.digitalnewsreport.org/survey/2017/news-avoidance-2017/>
- Sachsman, D. B., Simon, J., & Valenti, J. M. (2017). *Environment reporters in the 21st century*. New York: Routledge.
- Schmidt, A., Ivanova, A., & Schafer, M. S. (2013). Media attention for climate change around the world: A comparative analysis of newspaper coverage in 27 countries. *Global Environmental Change*, 23(5), 1233-1248.
- Schmidt, L. (2016). *Portugal: Ambientes de mudança*. Temas e Debates.

- SEJ. (2021). Society of Environmental Journalists. Acedido em: 8, julho, 2021, em: <https://www.sej.org/>
- Seligman, M. E.P., & Csikszentmihalyi, M. (2000). Positive psychology: An introduction. *American Psychologist*, 55(1), 5-14.
- Shapiro, I. (2014). Why democracies need a functional definition of journalism now more than ever. *Journalism Studies*, 15(5), 555-565
- Shoemaker, P. J., & Reese, S. D. (2014). *Mediating the message in the 21st century*. New York, NY: Routledge.
- Sillesen, L. B. (2014, Setembro 29). Good news is good business, but not a cure-all for journalism. *Columbia Journalism Review*. Acedido em 5, julho, 2021, em: https://archives.cjr.org/behind_the_news/good_news_is_good_business_but.php
- SJN. (2021). Solution Journalism Network. <https://www.solutionsjournalism.org/>
- Tavares, F. (2008). Entre objetos, objetos no entre: Revista, jornalismo especializado e qualidade de vida. *Contemporanea*, 6(2), (1-22).
- Tavares, F. (2009). O jornalismo especializado e a especialização periodística. *Revista Estudos Em Comunicação*, (5), 115–133.
- Tavares, F. (2011). Uma especialização que vem da especialidade: das aproximações entre revista e jornalismo especializado em Vida Simples. *Brazilian Journalism Research*, 7(11), (158-174).
- Waisbord, S. (2009). Advocacy journalism in a global context. In K. Wahl-Jorgensen, & T. Hanitzsch (Eds.), *The handbook of journalism studies* (pp. 371–385). London: Routledge.
- Wenzel, A., Gerson, D., Moreno, E., Son, M., & Hawkins, B. M. (2018). Engaging stigmatised communities through solutions journalism: Residents of south Los Angeles respond. *Journalism*, 19(5), 649-667.
- Whitlock, R. (2020). Environmental journalism: The British experience. In D. B. Sachsman & J. M. Valenti (Eds.), *Routledge handbook of environmental journalism* (pp. 179-187). London: Routledge.

Zelizer, B. (2005). Definitions of journalism. In K. H. Jamieson & G. Overholser (Eds.), *Institutions of american democracy: The press* (pp. 66-80). New York: Oxford University Press.

Anexos

Anexo A- Guião das entrevistas exploratórias

1. O que é considerado relevante num acontecimento (ambiental) para ser tornado notícia?
2. Quando a informação (relacionada com o ambiente) chega à redação, qual a secção/editoria responsável por analisar?
3. Qual o grau de autonomia que cada responsável de secção/editor tem? E o do jornalista de uma secção?
4. Face à crescente importância e emergência das temáticas ambientais, como é que a Sábado se posiciona?
5. Qual a importância da cobertura ambiental para a Sábado?
6. Considera que o público tem interesse no tema “Ambiente”?
7. Está familiarizado com o conceito de Jornalismo de Soluções/ Jornalismo Construtivo?
 - 7.1. Se **sim**, que definição/ideia tem deste conceito?
 - 7.2. Se **não**, ver definição⁹
8. Qual a sua opinião, enquanto Diretor da/o Sábado/Correio da Manhã, sobre este conceito?
9. Põe em hipótese que uma cobertura focada na parte negativa e no conflito (notícias negativas sobre o ambiente, ex: “Avanço do mar devido às alterações climáticas ameaça Portugal”), pode ter um efeito negativo no público?
10. Em vários estudos realizados, as notícias que aplicavam o jornalismo de soluções, revelaram um maior envolvimento e motivação por parte do público, relativamente

⁹ Definição Jornalismo de Soluções: Reportagens rigorosas sobre respostas a problemas sociais. Com esta abordagem é pretendido equilibrar o panorama noticioso, para que as pessoas sejam expostas a histórias que as ajudem a compreender problemas e desafios, e que demonstrem possíveis formas de responder. Ou seja, difere de outro tipo de jornalismo no sentido em que, em vez de realçar o que está errado, na esperança que alguém resolva, o jornalismo de soluções realça o que está bem/ a resultar, na esperança que alguém imite. Com este jornalismo pretende-se também envolver mais um público desengajado devido à prevalência de notícias negativas, ao evidenciar as possíveis soluções (sempre factuais). (Consultar site para mais informação <https://www.solutionsjournalism.org/who-we-are/mission>).

- ao tema(ex: passavam mais tempo no site de notícias, procuravam mais notícias relacionadas). Qual a sua opinião do que aconteceria neste jornal?
11. Considera haver lugar para este tipo de jornalismo na/o Sábado/Correio da Manhã?
 - 11.1. **Se sim**, que vantagens considera que este tipo de jornalismo pode trazer para o jornal no geral? E para a cobertura ambiental em específico?
 - 11.1.1. O que poderia ser feito para passar a implementar? (ex:sessões de formação)
 - 11.2. **Se não**, porquê?
 12. Algo mais que desejaria acrescentar?

Anexo B- Guião das entrevistas em profundidade

Apresentação/Geral

1. Qual o seu percurso até chegar à Sábado?
2. Em que ano entrou para Sábado?
3. Qual a sua formação de base? Ou background de carreira/ensino?
4. Qual a sua função principal para que foi contratado/a? E a função que desempenha atualmente?

Jornalismo Ambiental

1. Como é que cobre Ambiente? Surgem histórias apelativas e propõem? Ou são atribuídas? Por quem?
2. Em que secção costuma estar inserido o Ambiente?
3. Que importância sente que a cobertura ambiental tem na revista?
4. Qual/Quais os critérios que levam um acontecimento/informação da temática ambiental a ser escolhido para ser notícia?
 - a. Negatividade? Conflito? Choque? Evento Político?

Jornalismo de Soluções

1. Está familiarizado/a com o conceito de Jornalismo de Soluções/ Jornalismo Construtivo?
 - a. **Se sim**, que definição/ideia tem deste conceito?

- b. Se **não**, ver definição¹⁰
2. Qual a sua percepção em relação a este conceito?
 3. Já recorreu a este tipo de jornalismo, incluindo soluções na sua história, mesmo não sabendo?
 4. Que temas considera adequados para esta reportagem orientada para as soluções?
 5. Como considera que este tipo de jornalismo pode afetar o público?
 6. Considera que este tipo de jornalismo vai contra as regras básicas do jornalismo, como a objetividade e imparcialidade?
 7. Considera que pode ser visto como ativismo?
 - a. Por parte dos outros jornalistas?
 - b. Por parte do público?
 8. Pode ser considerado parecido com jornalismo de investigação?
 9. O que é objetividade para si?
 10. Como vê a função do jornalista?
 - a. Considera ter um impacto(positivo) como algo central para a missão do jornalista?
 11. Poderá ser considerado uma forma de responder aos problemas que o público tem vindo a ter com a credibilidade dos media, e o interesse dos leitores?
 12. No seu ponto de vista, o jornalismo de soluções tem um papel importante no futuro do jornalismo?
 13. Acha que este conceito se pode adequar/ter um impacto positivo na cobertura ambiental ?
 14. Pode ter um impacto nas atitudes dos indivíduos, as suas crenças ou ações?
Influenciar o discurso público e a ação coletiva?

¹⁰ Definição Jornalismo de Soluções: Reportagens rigorosas sobre respostas a problemas sociais. Com esta abordagem é pretendido equilibrar o panorama noticioso, para que as pessoas sejam expostas a histórias que as ajudem a compreender problemas e desafios, e que demonstrem possíveis formas de responder. Ou seja, difere de outro tipo de jornalismo no sentido em que, em vez de realçar o que está errado, na esperança que alguém resolva, o jornalismo de soluções realça o que está bem/ a resultar, na esperança que alguém imite. Com este jornalismo pretende-se também envolver mais um público desengajado devido à prevalência de notícias negativas, ao evidenciar as possíveis soluções (sempre factuais). (Consultar site para mais informação <https://www.solutionsjournalism.org/who-we-are/mission>).

15. Em termos gerais, que práticas é que os jornalistas podem alterar para comunicar acerca do ambiente de forma mais eficaz?

Anexo C- Ana Bela Ferreira

Apresentação/Geral

1. Qual o seu percurso até chegar à Sábado?

Trabalhei 11 anos no Diário de Notícias, depois um ano na Teresa e Alexandre Soares dos Santos - Iniciativa Educação.

2. Em que ano entrou para Sábado?

2020

3. Qual a sua formação de base? Ou background de carreira/ensino?

Tenho a licenciatura em Jornalismo pela Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

4. Qual a sua função principal para que foi contratado? E a função que desempenha atualmente?

Sou editora do site.

Jornalismo Ambiental

1. Como é que cobre Ambiente? Surgem histórias apelativas e propõem? Ou são atribuídas? Por quem?

Normalmente estamos atentos à agenda, para não se perder datas importantes e também mantemos contactos com várias fontes que nos vão dando pistas sobre temas que podem valer a pena tratar. Ocasionalmente também podem surgir ideias dos leitores. Muitas vezes, os editores ou diretores atribuem as histórias aos jornalistas.

2. Em que secção costuma estar inserido o Ambiente?

Sociedade.

3. Que importância sente que a cobertura ambiental tem na revista?

Com todas as questões das alterações climáticas, tem uma importância cada vez maior, embora esteja longe de ser o tema principal.

4. Qual/Quais os critérios que levam um acontecimento/informação da temática ambiental a ser escolhido para ser notícia?

a. Negatividade? Conflito? Choque? Evento Político?

Tem a ver com os fatores de relevância, podem ser todos esses ou nenhum deles. Uma boa notícia também é bastante considerada. Se a camada do ozono diminuir ou se Portugal atingir uma marca positiva no combate às alterações climáticas, terá igual destaque, talvez até maior no contexto atual.

Jornalismo de Soluções

1. Está familiarizado com o conceito de Jornalismo de Soluções/ Jornalismo Construtivo?

Creio que estou na prática, não na teoria.

a. **Se sim**, que definição/ideia tem deste conceito?

b. **Se não**, ver definição¹

2. Qual a sua percepção em relação a este conceito?

Creio que a prática já faz parte de muitos dos trabalhos na imprensa nacional. Embora talvez não seja muito discutido como conceito.

3. Já recorreu a este tipo de jornalismo, incluindo soluções na sua história, mesmo não sabendo?

Sim.

4. Que temas considera adequados para esta reportagem orientada para as soluções?

Igualdade social, acesso à saúde, educação, projetos de inclusão social, questões ambientais.

5. Como considera que este tipo de jornalismo pode afetar o público?

Pode ajudar a mostrar soluções para problemas concretos. Alguns que afetam toda a sociedade.

6. Considera que este tipo de jornalismo vai contra as regras básicas do jornalismo, como a objetividade e imparcialidade?

Não.

7. Considera que pode ser visto como ativismo?

a. Por parte dos outros jornalistas?

Sim.

b. Por parte do público?

Sim.

8. Pode ser considerado parecido com jornalismo de investigação?

Talvez, na medida em que o Jornalista vai também à procura de respostas e aí há um trabalho de investigação, de pesquisa.

9. O que é objetividade para si?

É contar todos os lados possíveis da história e deixar o público tomar as suas próprias conclusões.

10. Como vê a função do jornalista?

A função de jornalista é fundamental numa sociedade democrática. Acredito que o jornalista tem como função fiscalizar os poderes, denunciar e também dar a conhecer soluções.

a. Considera ter um impacto(positivo) como algo central para a missão do jornalista?

Não percebi a pergunta.

11. Poderá ser considerado uma forma de responder aos problemas que o público tem vindo a ter com a credibilidade dos media, e o interesse dos leitores?

Não percebi a pergunta.

12. No seu ponto de vista, o jornalismo de soluções tem um papel importante no futuro do jornalismo?

Não tenho uma ideia formada sobre o assunto.

13. Acha que este conceito se pode adequar/ter um impacto positivo na cobertura ambiental?

Pode ser uma opção, sim.

14. Pode ter um impacto nas atitudes dos indivíduos, as suas crenças ou ações? Influenciar o discurso público e a ação coletiva?

Sim.

15. Em termos gerais, que práticas é que os jornalistas podem alterar para comunicar acerca do ambiente de forma mais eficaz?

Dar mais atenção e aproximar os temas da realidade do público. Por vezes falar de realidades distantes ou impactos que não são visíveis no imediato torna o assunto menos interessante para o público.

Anexo D- Ana Taborda

Apresentação/Geral

1. Qual o seu percurso até chegar à Sábado?

Estudei Ciências da Comunicação na FCSH, UNL, terminei em 2006; fiz um estágio curricular de 3 meses na Dia D (então suplemento económico do jornal Público); depois do estágio fiquei até a revista fechar (em 2007); fui convidada para a Exame, onde estive oito meses

2. Em que ano entrou para Sábado?

Em outubro de 2007

3. Qual a sua formação de base? Ou background de carreira/ensino?

Estudei Ciências da Comunicação na FCSH, UNL, variantes jornalismo e comunicação empresarial; fiz dois ateliês de jornalismo (imprensa e rádio/tv no Cenjor)

4. Qual a sua função principal para que foi contratado? E a função que desempenha atualmente?

Fui contratada para jornalista de economia; em 2010 passei a editora de economia, em 2013 a editora de sociedade, em 2018 a redatora principal (que acumulo com a edição das seguintes secções: entrevista de abertura, dinheiro, sociedade)

Jornalismo Ambiental

1. Como é que cobre Ambiente? Surgem histórias apelativas e propõem? Ou são atribuídas? Por quem?

Não temos uma secção de ambiente, quando surgem ideias são ou minhas ou dos jornalistas da secção. Geralmente sou eu ou a Vanda Marques (subeditora) que atribuímos

2. Em que secção costuma estar inserido o Ambiente?

Na secção de sociedade

3. Que importância sente que a cobertura ambiental tem na revista?

Não é um dos temas a que é dada mais atenção

4. Qual/Quais os critérios que levam um acontecimento/informação da temática ambiental a ser escolhido para ser notícia?

Ser um tema atual; ter efeito surpresa; ser um ângulo mais criativo ou menos abordado; haver um conflito

a. Negatividade? Conflito? Choque? Evento Político?

Jornalismo de Soluções

1. Está familiarizado com o conceito de Jornalismo de Soluções/ Jornalismo Construtivo?

a. Se **sim**, que definição/ideia tem deste conceito? Nem por isso

b. Se **não**, ver definição¹

2. Qual a sua percepção em relação a este conceito?

Acho que os critérios jornalísticos aplicados não devem privilegiar um determinado tipo de jornalismo, mais ou menos construtivo. Há outros fatores que, na minha opinião, são mais relevantes para decidir o tema e a abordagem do mesmo.

3. Já recorreu a este tipo de jornalismo, incluindo soluções na sua história, mesmo não sabendo?

Se considerarmos casos sociais em que se colocam links e formas de apoiar financeiramente/ou outras, sim

4. Que temas considera adequados para esta reportagem orientada para as soluções?

Temas onde seja comprovadamente necessária ajuda – questões sociais, ambientais. Mas, como disse, acho que o primeiro critério não deve ser esse

5. Como considera que este tipo de jornalismo pode afetar o público?

Pode mobilizar para soluções mais imediatas, se o tema se prestar a isso

6. Considera que este tipo de jornalismo vai contra as regras básicas do jornalismo, como a objetividade e imparcialidade?

Dependendo do tema, não creio que ponha em causa valores fundamentais do jornalismo.

7. Considera que pode ser visto como ativismo?

a. **Por parte dos outros jornalistas?** O risco é maior do que com outros temas.

b. **Por parte do público?** O risco é maior do que com outros temas.

8. Pode ser considerado parecido com jornalismo de investigação?

Não

9. O que é objetividade para si?

É ouvir todos os lados possíveis para uma história, dando informação que permita aos leitores tirarem as suas próprias conclusões

10. Como vê a função do jornalista?

a. **Considera ter um impacto(positivo) como algo central para a missão do jornalista?** Não acho que seja o mais relevante. Uma notícia ou história pode não ter um impacto positivo e ter impacto.

11. Poderá ser considerado uma forma de responder aos problemas que o público tem vindo a ter com a credibilidade dos media, e o interesse dos leitores?

Não creio

12. No seu ponto de vista, o jornalismo de soluções tem um papel importante no futuro do jornalismo?

Não creio que seja o mais importante.

13. Acha que este conceito se pode adequar/ter um impacto positivo na cobertura ambiental?

Talvez seja um dos temas em que mais sentido que seja aplicado.

14. Pode ter um impacto nas atitudes dos indivíduos, as suas crenças ou ações? Influenciar o discurso público e a ação coletiva?

Acho que sim

15. Em termos gerais, que práticas é que os jornalistas podem alterar para comunicar acerca do ambiente de forma mais eficaz?

Não acho que os problemas ambientais se resolvam com a comunicação dos jornalistas. Há muita informação sobre o tema, há meios que têm pessoas que cobrem apenas este tema, editores de ambiente, etc.

Anexo E- Diogo Barreto

Apresentação/Geral

1. Qual o seu percurso até chegar à Sábado?

Jornalisticamente, passei pelo Observador para um estágio. Antes tinha colaborado com o jornal da faculdade (Católica) e com um *site* de música, para o qual fiz reportagens e críticas.

2. Em que ano entrou para Sábado?

2017.

3. Qual a sua formação de base? Ou background de carreira/ensino?

Tirei o curso de Comunicação Social e Cultural na Universidade Católica Portuguesa e Mestrado em Ciências da Comunicação na mesma universidade.

4. Qual a sua função principal para que foi contratado? E a função que desempenha atualmente?

Jornalista, função que mantenho desde o início.

Jornalismo Ambiental

1. Como é que cobre Ambiente? Surgem histórias apelativas e propõem? Ou são atribuídas? Por quem?

Quando surgem propostas apelativas. Por vezes um editor pode também sugerir o tema.

2. Em que secção costuma estar inserido o Ambiente?

"Sociedade" na revista e "Ciência e Tecnologia" no *site*.

3. Que importância sente que a cobertura ambiental tem na revista?

No *site* tem alguma importância, mas na revista menos.

4. Qual/Quais os critérios que levam um acontecimento/informação da temática ambiental a ser escolhido para ser notícia?

a. Negatividade? Conflito? Choque? Evento Político?

A magnitude do acontecimento. Seja positivo ou negativo, chocante ou não, tudo se prende com a magnitude do mesmo.

Jornalismo de Soluções

1. Está familiarizado com o conceito de Jornalismo de Soluções/ Jornalismo Construtivo?

a. Se sim, que definição/ideia tem deste conceito? Sim, jornalismo que está relacionado com problemas concretos da sociedade

b. Se não, ver definição¹

2. Qual a sua percepção em relação a este conceito?

É um conceito utópico no panorama do jornalismo actual e que muitas vezes surge enviesado desde o início, porque o jornalista vai com a narrativa já construída na cabeça.

3. Já recorreu a este tipo de jornalismo, incluindo soluções na sua história, mesmo não sabendo?

Sim.

4. Que temas considera adequados para esta reportagem orientada para as soluções?

O tema da precariedade, habitação, ambiente. Questões de direitos humanos (sexualidade, discriminação, doença), crises humanitárias, etc.

5. Como considera que este tipo de jornalismo pode afetar o público?

Vai agradar os que concordam com o tema e desagradar os que não concordam. Alguém que considere que é urgente salvar refugiados do Mar Mediterrâneo vai sentir que é um trabalho importante. Os outros acharão que o trabalho está cheio de defeitos.

6. Considera que este tipo de jornalismo vai contra as regras básicas do jornalismo, como a objetividade e imparcialidade?

Sim.

7. Considera que pode ser visto como ativismo?

a. Por parte dos outros jornalistas? Sim.

b. Por parte do público? Sim.

8. Pode ser considerado parecido com jornalismo de investigação?

Se for bem feito, sim. Mas o ponto de partida não é o mesmo, por norma.

9. O que é objetividade para si?

Um conceito impossível de obter por parte de um jornalista, mas um objectivo que deve ser procurado.

10. Como vê a função do jornalista?

a. Considera ter um impacto(positivo) como algo central para a missão do jornalista?

Não. A missão do jornalista é informar, contar histórias, investigar. O impacto deve partir do que a sociedade entender fazer com a informação.

11. Poderá ser considerado uma forma de responder aos problemas que o público tem vindo a ter com a credibilidade dos media, e o interesse dos leitores?

Penso que não. Servirá para aprofundar fossos, como se vê com jornais como o Fumaça ou o Setenta e Quatro, ou o Observador e o ECO que alienam à partida milhares de leitores pois têm uma agenda bem definida.

12. No seu ponto de vista, o jornalismo de soluções tem um papel importante no futuro do jornalismo?

Economicamente, sim.

13. Acha que este conceito se pode adequar/ter um impacto positivo na cobertura ambiental ?

O impacto positivo, de novo, deve ser medido pelos leitores/espetadores.

14. Pode ter um impacto nas atitudes dos indivíduos, as suas crenças ou ações? Influenciar o discurso público e a ação coletiva?

Sim, e isso pode ser perigoso.

15. Em termos gerais, que práticas é que os jornalistas podem alterar para comunicar acerca do ambiente de forma mais eficaz?

Ter um discurso menos meiqueista e serem mais imparciais no tema.

Anexo F- Leonor Riso

Apresentação

1. Qual o seu percurso até chegar à Sábado?

Fiz o meu primeiro estágio curricular no site da SÁBADO, logo depois de terminar a licenciatura, e fui convidada a ficar.

2. Em que ano entrou para Sábado?

2013.

3. Qual a sua formação de base? Ou background de carreira/ensino?

Licenciatura em Ciências da Comunicação pela FCSH - UNL, vertente de Jornalismo.

4. Qual a sua função principal para que foi contratada? E a função que desempenha atualmente?

Fui contratada para jornalista da secção online, sou editora da secção online.

Jornalismo Ambiental

1. Como é que cobre Ambiente? Surgem histórias apelativas e propõem? Ou são atribuídas? Por quem?

Sim, é à medida que surgem histórias ou a atualidade se impõe, dentro da equipa do online, devido à dimensão reduzida, não temos uma pessoa responsável por essa secção.

2. Em que secção costuma estar inserido o Ambiente?

Portugal, mundo ou ciência e saúde, no site.

3. Que importância sente que a cobertura ambiental tem na revista?

A SÁBADO não tem muitos artigos sobre temas ambientais, mas quando os tem, são de profundidade e investigação ou em formato de entrevista e em grande destaque. Recentemente, publicámos um artigo sobre o rio Mira, acompanhado de um artigo multimédia no site. (<https://www.sabado.pt/portugal/detalhe/investigacao-a-morte-rapida-do-rio-mira>)

4. Qual/Quais os critérios que levam um acontecimento/informação da temática ambiental a ser escolhido para ser notícia?

Diria que nenhuma das palavras escolhidas. Neste momento, impõe-se em virtude da atualidade - como por exemplo os protestos de jovens que apelam à acção política contra as alterações climáticas, ou as últimas divulgações científicas sobre o impacto da acção humana no ambiente, ou eventos como as COP.

Jornalismo de Soluções

1. Está familiarizado com o conceito de Jornalismo de Soluções/ Jornalismo Construtivo?

Não.

a. Se sim, que definição/ideia tem deste conceito?

Diria que exemplifica soluções para determinados problemas sociais, ou erros políticos.

b. Se não, ver definição

2. Qual a sua percepção em relação a este conceito?

Ver resposta 1a.

3. Já recorreu a este tipo de jornalismo, incluindo soluções na sua história, mesmo não sabendo?

Sim.

4. Que temas considera adequados para esta reportagem orientada para as soluções?

Diria que a abordagem se pode aplicar a vários temas, é muito transversal, da política à sociedade, da economia ao ambiente.

5. Como considera que este tipo de jornalismo pode afetar o público?

Por meio do exemplo, talvez, e consciencializando-os de soluções que possam querer aplicar e/ou apoiar (como por exemplo, donativos a associações).

6. Considera que este tipo de jornalismo vai contra as regras básicas do jornalismo, como a objetividade e imparcialidade?

Não.

7. Considera que pode ser visto como ativismo?

a. Por parte dos outros jornalistas?Não.

b. Por parte do público?Não.

8. Pode ser considerado parecido com jornalismo de investigação?

Na forma como estou a perceber o termo jornalismo de soluções, não creio.

9. O que é objetividade para si?

Ouvir sempre todos os lados da história.

10. Como vê a função do jornalista?

Contribuir o mais possível para que as pessoas tomem decisões informadas.

a. Considera ter um impacto (positivo) como algo central para a missão do jornalista?

Central é apurar a verdade dos factos e isso nem sempre é positivo para todos.

11. Poderá ser considerado uma forma de responder aos problemas que o público tem vindo a ter com a credibilidade dos media, e o interesse dos leitores?

Creio que enriquece o jornalismo, mas continuo a acreditar que a credibilidade dos media depende da confiança que os jornalistas inspiram ao seu público, apesar da crescente escassez de meios, e do rigor que imprimem ao seu trabalho.

12. No seu ponto de vista, o jornalismo de soluções tem um papel importante no futuro do jornalismo?

Creio que tem uma importância média. Importante no futuro do jornalismo é investir nele, porque uma sociedade sem bom jornalismo num mundo em que se tentam instalar verdades alternativas, é preocupante.

13. Acha que este conceito se pode adequar/ter um impacto positivo na cobertura ambiental ?

Diria que sim.

14. Pode ter um impacto nas atitudes dos indivíduos, as suas crenças ou ações? Influenciar o discurso público e a ação coletiva?

Sim, através do exemplo e inspiração.

15. Em termos gerais, que práticas é que os jornalistas podem alterar para comunicar acerca do ambiente de forma mais eficaz?

É importante terem formação sobre o tema e sobre comunicação de ciência e terem boas fontes para conseguir passar de forma eficaz a informação aos seus leitores. Também devem estar conscientes das exigências das gerações futuras e aproximarem-se delas e dos seus receios sobre o futuro.

Anexo G- Sónia Bento

Apresentação/Geral

1. Qual o seu percurso até chegar à Sábado?

Estagiei na Rádio Comercial, no verão de 1998, depois fui para o semanário T&Q, no início de 1999. Dali fui para o diário 24horas, tive uma breve passagem por uma revista de moda, a Lux Woman, e em 2003 fui para o desportivo Record. Só em 2006 é que passei para a redação da Sábado, onde estou desde então.

2. Em que ano entrou para Sábado?

Fevereiro de 2006.

3. Qual a sua formação de base? Ou background de carreira/ensino?

Sou licenciada em Ciências da Comunicação.

4. Qual a sua função principal para que foi contratado? E a função que desempenha atualmente?

O primeiro contrato de trabalho que tive foi com o diário 24 horas e trabalhei na secção de televisão.

Jornalismo Ambiental

1. Como é que cobre Ambiente? Surgem histórias apelativas e propõem? Ou são atribuídas? Por quem?

Ou proponho eu ou são-me atribuídas.

2. Em que secção costuma estar inserido o Ambiente?

Sociedade.

3. Que importância sente que a cobertura ambiental tem na revista?

Relativa.

4. Qual/Quais os critérios que levam um acontecimento/informação da temática ambiental a ser escolhido para ser notícia?

O impacto que possa ter nos leitores.

A partir desta questão, a entrevistada afirmou não saber responder às restantes perguntas.

Anexo H- Vanda Marques

Apresentação/Geral

1. Qual o seu percurso até chegar à Sábado?

Formei-me em ciências da comunicação, na variante de jornalismo, na Universidade Nova de Lisboa. Estagiei no Público e depois estagiei na Sábado em 2004.

2. Em que ano entrou para Sábado?

Entrei como estagiária em 2004 e fiquei até 2006. depois fui jornalista freelancer - colaborei com o DN, Record, Pais e Filhos - até 2007. Regressei à Sábado em 2007 e sai em 2009 para fazer parte da equipa fundadora do jornal i. Fiquei no jornal até 2014 - entretanto passei a coordenadora. Em 2014 entrei na sábado como subeditora.

3. Qual a sua formação de base? Ou background de carreira/ensino?

Resposta acima

4. Qual a sua função principal para que foi contratado? E a função que desempenha atualmente?

Sou jornalista e subeditora da secção de Dinheiro e Sociedade. As funções são coordenar a equipa, editar os temas - em cooperação com a minha editora - e também desempenho as funções de jornalista.

Jornalismo Ambiental

1. Como é que cobre Ambiente? Surgem histórias apelativas e propõem? Ou são atribuídas? Por quem?

Não existe na revista uma secção ou um jornalista a tratar em exclusivo este tema. As histórias surgem conforme a atualidade. Somos nós que as propomos mas a direção também nos pode propor temas. Tanto podem ser entrevistas a cientistas como reportagens sobre movimentos ambientalistas, por exemplo.

2. Em que secção costuma estar inserido o Ambiente?

Na sociedade.

3. Que importância sente que a cobertura ambiental tem na revista?

Penso que tem a importância que a agenda mediática lhe destinar. Em plena pandemia, também se abordou temas relacionados com o ambiente, mas como seria de esperar a saúde teve o maior destaque.

4. Qual/Quais os critérios que levam um acontecimento/informação da temática ambiental a ser escolhido para ser notícia?

a. Negatividade? Conflito? Choque? Evento Político?

As consequências do acontecimento, se é um evento político, se mobiliza muitas pessoas ou se se trata de alguma descoberta revolucionária.

Jornalismo de Soluções

1. Está familiarizado com o conceito de Jornalismo de Soluções/ Jornalismo Construtivo?

a. Se sim, que definição/ideia tem deste conceito?

b. Se não, ver definição¹

O jornalismo não é passível de ser encaixotado. Tanto podemos fazer um artigo sobre os efeitos nefastos do lítio ou do amianto nas escolas. Como uma reportagem sobre filhos vegans e como ajudar os pais a compreendê-los. Na Sábado os temas são muito abrangentes e têm uma função: informar o público e dar-lhe todas as ferramentas para pensarem pela sua cabeça

2. Qual a sua percepção em relação a este conceito?

Resposta acima

3. Já recorreu a este tipo de jornalismo, incluindo soluções na sua história, mesmo não sabendo?

Como expliquei isso faz parte do jornalismo desde que o jornalismo existe.

4. Que temas considera adequados para esta reportagem orientada para as soluções?

Reportagens orientadas parecem-me sempre objetos inventados pela censura, por um qualquer gabinete num regime fascista. peço desculpa pela minha honestidade. a única coisa que deve orientar uma reportagem é a verdade.

5. Como considera que este tipo de jornalismo pode afetar o público?

O jornalismo tem de ser responsável, respeitar as regras éticas e ouvir as partes envolvidas. temos essa responsabilidade.

6. Considera que este tipo de jornalismo vai contra as regras básicas do jornalismo, como a objetividade e imparcialidade?

7. Considera que pode ser visto como ativismo?

Pode.

a. Por parte dos outros jornalistas?

b. Por parte do público?

8. Pode ser considerado parecido com jornalismo de investigação?

S/R

9. O que é objetividade para si?

A objetividade é não escrever um texto opinativo, é relatar a realidade, mostrar os dois lados da questão e deixar que seja o leitor a pensar pela sua cabeça.

10. Como vê a função do jornalista?

a. Considera ter um impacto(positivo) como algo central para a missão do jornalista?

Sim. Informar.

11. Poderá ser considerado uma forma de responder aos problemas que o público tem vindo a ter com a credibilidade dos media, e o interesse dos leitores?

Não compreendo a pergunta.

12.No seu ponto de vista, o jornalismo de soluções tem um papel importante no futuro do jornalismo?

O jornalismo tem um papel importante na democracia.

13. Acha que este conceito se pode adequar/ter um impacto positivo na cobertura ambiental ?

Não sei responder a essa questão.

14. Pode ter um impacto nas atitudes dos indivíduos, as suas crenças ou ações? Influenciar o discurso público e a ação coletiva?

Influenciar o discurso é sempre uma posição muito complexa. O papel dos jornalistas é informar, relatar, denunciar. O verbo influenciar é sempre polémico.

15. Em termos gerais, que práticas é que os jornalistas podem alterar para comunicar acerca do ambiente de forma mais eficaz?

Acho que podem comunicar mais vezes, podem não ter um discurso engajado, não dividir a população, mas fornecer as ferramentas - os estudos e opiniões científicas - para que os leitores possam decidir por si. Cabe também ao jornalismo simplificar o complexo e apropriar a linguagem ao público alvo.

Anexo I- Nuno Pinto

1. O que é considerado relevante num acontecimento (ambiental) para ser tornado notícia ?

O mesmo que em todos os outros acontecimentos: a importância, impacto, proximidade, etc.

2. Quando a informação (relacionada com o ambiente) chega à redação, qual a secção/editoria responsável por analisar?

Depende. Poderá ser o Portugal ou a Sociedade

3. Qual o grau de autonomia que cada responsável de secção/editor tem? E o do jornalista de uma secção?

O editor tem autonomia para gerir equipas, propor temas à direção/chefia que tem a decisão final. O jornalista tem autonomia para fazer as suas próprias histórias, que é o que se deseja, mas tem também de fazer o trabalho que lhe é atribuído. Se o que estiver a fazer por sua iniciativa for mais importante, é isso que prevalece.

4. Face à crescente importância e emergência das temáticas ambientais, como é que a Sábado se posiciona?

O tema ambiental é muito importante para todas as publicações, sobretudo para os novos leitores, que estão mais despertos para o tema. Na SÁBADO tentamos tratá-lo da mesma forma que aos outros temas: com uma abordagem criativa, procurando um ângulo original mas certo. Por exemplo: sobre a temática dos plásticos, o que fizemos foi colocar um jornalista a tentar passar uma semana sem usar plásticos.

5. Qual a importância da cobertura ambiental para a Sábado?

Ver resposta anterior

6. Considera que o público tem interesse no tema “Ambiente”?

Sim, sobretudo as novas gerações.

7. Está familiarizado com o conceito de Jornalismo de Soluções/ Jornalismo Construtivo? Sim

7.1. Se sim, que definição/ideia tem deste conceito?

7.2. Se não, ver definição¹

8. Qual a sua opinião, enquanto Chefe de Redação da Sábado, sobre este conceito?

Acho que não faz qualquer sentido, tal como o jornalismo ativista ou o jornalismo de causas. O jornalismo serve para relatar os factos com rigor e isenção, denunciar problemas do mundo e eventualmente apontar eventuais caminhos. Não deve ter como caminho a solução de qualquer problema.

9. Põe em hipótese que uma cobertura focada na parte negativa e no conflito (notícias negativas sobre o ambiente, ex: “Avanço do mar devido às alterações climáticas ameaça Portugal”), pode ter um efeito negativo no público?

Não.

10. Em vários estudos realizados, as notícias que aplicavam o jornalismo de soluções, revelaram um maior envolvimento e motivação por parte do público, relativamente ao tema(ex: passavam mais tempo no site de notícias, procuravam mais notícias relacionadas). Qual a sua opinião do que aconteceria nesta revista?

Não conheço os estudos em causa, por isso não tenho opinião sobre o assunto.

11. Considera haver lugar para este tipo de jornalismo na Sábado? Não.

11.1. Se sim, que vantagens considera que este tipo de jornalismo pode trazer para o jornal no geral? E para a cobertura ambiental em específico?

**11.1.1. O que poderia ser feito para passar a implementar?
(ex: sessões de formação)**

11.2. Se não, porquê? Ver resposta 7

12. Algo mais que desejaria acrescentar?

Bom trabalho

Anexo J- Eduardo Dâmaso

1. O que é considerado relevante num acontecimento (ambiental) para ser tornado notícia ?

A relevância jornalística de qualquer acontecimento, ambiental ou não, é explicada pelas regras fundadoras do jornalismo: tem de ter interesse público, tem de ser verdadeiro; tem de ser contraditado. Quanto ao interesse público, pergunta-se: o que existe hoje, para lá da vida humana, com mais interesse público do que a preservação do ambiente? A resposta é óbvia e representa um imperativo que se coloca, hoje mais do que nunca, a todos os projectos editoriais. O interesse público está em todo o tipo de agressões, em todo o tipo de políticas, em todo o tipo de opções económicas e sociais que se façam em matéria de ambiente.

2. Quando a informação (relacionada com o ambiente) chega à redacção, qual a secção/editoria responsável por analisar?

Na Sábado, tanto pode ser a secção de Sociedade como a de Portugal. Procuramos, o mais possível, estabelecer abordagens cruzadas entre quem fala frequentemente com especialistas na área do ambiente e quem tem por missão acompanhar e escrutinar a vida política. Os primeiros, são jornalistas da Sociedade, os segundos da secção Portugal. As abordagens cruzadas entre a exigência técnica e a responsabilidade política são essenciais.

3. Qual o grau de autonomia que cada responsável de secção/editor tem? E o do jornalista de uma secção?

Os editores e jornalistas da Sábado têm um largo espectro de autonomia entre a iniciativa de fazer qualquer história e a avaliação editorial da importância que ela pode ter para ser publicada e com que dimensão. Um jornalista tem toda a autonomia para procurar e fazer notícias; os editores têm toda a autonomia para avaliar o trabalho dos primeiros; a chefia de redacção e direcção decidem o que fazer, sempre em diálogo com uns e outros. Numa redacção pequena, o processo de avaliação e decisão é mais simples e envolve todos.

4. Face à crescente importância e emergência das temáticas ambientais, como é que a Sábado se posiciona?

A Sábado tem um património antigo de preocupação com temas ambientais. Desde a sua fundação que o Ambiente está nas prioridades deste projecto editorial, muito ao nível da necessidade de promover comportamentos de consumo sustentáveis.

5. Qual a importância da cobertura ambiental para a Sábado?

A importância é total. O problema que se coloca hoje é o de compatibilizar as prioridades com os meios disponíveis. Nem sempre é possível fazer o que queremos, desde logo ao nível da investigação jornalística nesta matéria, que é dispendiosa e demorada, mas vamos-nos adaptando.

6. Considera que o público tem interesse no tema “Ambiente”?

Penso que sim e de uma forma muito mais intensa do que no passado. Isso é, aliás, a expressão da oferta informativa cada vez maior que existe neste domínio, tanto na Sábado como noutros meios de comunicação social.

7. Está familiarizado com o conceito de Jornalismo de Soluções/ Jornalismo Construtivo?

Sim. Noutros tempos, isso chamava-se jornalismo do cidadão.

7.1. Se sim, que definição/ideia tem deste conceito?

Trata-se de um jornalismo que se aproxima de uma visão da sociedade e que o transforma num instrumento de acção social. Em certa medida, tem o potencial transformador do jornalismo, quando bem exercido. Pode ser uma forma de jornalismo de investigação mas, também, um instrumento de causas que colocam o jornalista no centro de um papel social e, eventualmente, político, que pode ser discutível e não ser o seu.

8. Qual a sua opinião, enquanto Diretor da Sábado, sobre este conceito?

Em geral, tenho uma boa opinião. Penso que o jornalismo não deve ficar por uma neutralidade paralisante mas também tem de acautelar eventuais manipulações, hoje muito comuns através das redes sociais, que lhe dão uma percepção errada sobre os seus fins.

9. Põe em hipótese que uma cobertura focada na parte negativa e no conflito (notícias negativas sobre o ambiente, ex: “Avanço do mar devido às alterações climáticas ameaça Portugal”), pode ter um efeito negativo no público?

Penso que essa forma de colocar a questão comporta o risco do paternalismo sobre o público. Na minha opinião, é a denúncia de práticas erradas que, muitas vezes, leva à alteração de comportamentos e políticas. Prefiro as abordagens positivas, sempre que possível, mas não podemos esquecer que o jornalismo deve, em primeira instância, denunciar o que está mal, as injustiças, o abuso de poder, as más políticas e por aí adiante.

10. Em vários estudos realizados, as notícias que aplicavam o jornalismo de soluções, revelaram um maior envolvimento e motivação por parte do público, relativamente ao tema (ex: passavam mais tempo no site de notícias, procuravam mais notícias relacionadas). Qual a sua opinião do que aconteceria neste jornal?

Só conhecendo os estudos. Penso que há uma excessiva falsificação da verdade científica, em particular no estudo e investigação do jornalismo, onde abundam pessoas pouco qualificadas e sem experiência prática do exercício do jornalismo, em particular do jornalismo de investigação.

11. Considera haver lugar para este tipo de jornalismo na Sábado?

Sim. A Sábado é um órgão de informação geral aberto a todas as formas de jornalismo.

11.1. Se sim, que vantagens considera que este tipo de jornalismo pode trazer para o jornal no geral? E para a cobertura ambiental em específico?

As vantagens estão no reforço do seu papel enquanto actor social de sensibilização para as boas práticas ambientais.

11.1.1.O que poderia ser feito para passar a implementar? (ex:sessões de formação)

Sim, a formação seria muito importante mas também o reforço de meios, nomeadamente do quadro redactorial, que é muito limitado face às exigências do projecto editorial. De qualquer forma, esse reforço, diga-se, está no horizonte da SÁBADO.

11.2. Se não, porquê?

12. Algo mais que desejaria acrescentar?

S/R

Anexo K- Carlos

1. O que é considerado relevante num acontecimento (ambiental) para ser tornado notícia?

Seja na área ambiental, seja em que área for, notícia é o novo relevante, ou seja, algo que constitui uma novidade e que tenha interesse público para a comunidade.

2. Quando a informação (relacionada com o ambiente) chega à redação, qual a secção/editoria responsável por analisar?

Sociedade

3. Qual o grau de autonomia que cada responsável de secção/editor tem? E o do jornalista de uma secção?

A editoria seleciona as notícias que são tratadas de acordo com o estatuto editorial do órgão de informação e em articulação com a direção. O jornalista, uma vez encarregue de uma notícia, tem total autonomia, seguindo naturalmente o código deontológico e o estatuto editorial.

4. Face à crescente importância e emergência das temáticas ambientais, como é que o jornal se posiciona?

Tudo o que é notícia tem lugar no Correio da Manhã.

5. Qual a importância da cobertura ambiental para o Correio da Manhã?

A mesma que todas as outras áreas: se é notícia, tem total relevância e importância para nós.

6. Considera que o público tem interesse no tema “Ambiente”?

Os leitores e espectadores são cidadãos informados e inteligentes. Tudo o que esja notícia, ou seja, que seja novo e relevante, tem interesse para o público.

7. Está familiarizado com o conceito de Jornalismo de Soluções/ Jornalismo Construtivo? Não

7.1. Se sim, que definição/ideia tem deste conceito?

7.2. Se não, ver definição¹

8. Qual a sua opinião, enquanto Diretor do Correio da Manhã, sobre este conceito?

Ao jornalista cabe dar notícias, não elaborar pensamentos, opiniões ou conceitos sobre os factos noticiados.

9. Põe em hipótese que uma cobertura focada na parte negativa e no conflito (notícias negativas sobre o ambiente, ex: “Avanço do mar devido às alterações climáticas ameaça Portugal”), pode ter um efeito negativo no público?

Não existem notícias positivas ou negativas, existem notícias, ou seja, factos validados de acordo com critérios jornalísticos, e, em consequência, publicados.

10. Em vários estudos realizados, as notícias que aplicavam o jornalismo de soluções, revelaram um maior envolvimento e motivação por parte do público, relativamente ao tema(ex: passavam mais tempo no site de notícias, procuravam mais notícias relacionadas). Qual a sua opinião do que aconteceria neste jornal?

As notícias são o novo relevante, validado jornalisticamente. Só essas têm lugar no Correio da Manhã.

11. Considera haver lugar para este tipo de jornalismo no Correio da Manhã?

11.1. Se sim, que vantagens considera que este tipo de jornalismo pode trazer para o jornal no geral? E para a cobertura ambiental em específico?S/R

11.1.1. O que poderia ser feito para passar a implementar? (ex:sessões de formação) S/R

11.2. Se não, porquê?

Ver resposta anterior

12. Algo mais que desejaria acrescentar?

Não.

