

Episódio 12: “Qualidade do jornalismo e a *silly season*”

[mix de ruídos introdutórios]

Luís Pinto [apresentador]: Estados do tempo. Porque a qualidade do jornalismo na *silly season* é um bem de primeira necessidade.

[música]

Luís Pinto: Olá, obrigado por estar connosco neste 12º episódio do Estados do Tempo. O verão é a altura de recarregar baterias e também da chamada *silly season*, com menor pressão para a atualidade jornalística e, por conseguinte, com assuntos mais leves na imprensa. Mas será que pode também ser um momento para um jornalismo mais aprofundado e para trabalhos de um maior fôlego? É este o tema deste mês. Qualidade do jornalismo e a *silly season*, que convida Tiago Ramalho.

Tiago Ramalho [convidado]: A hierarquia dos valores de notícia é que difere um bocadinho. Passamos a ter mais atenção por um valor-notícia que, às vezes, diria, acaba por ser arreado para baixo, e percebe-se porquê, que é o do insólito, aquela ideia do “Homem que Mordeu o Cão”.

Luís Pinto: Desta vez, quem faz as honras da casa é Madalena Oliveira.

Madalena Oliveira [moderadora]: O modelo de negócio baseado em cliques agravou, certamente, esta expectativa de que, mesmo com o tempo, num período de menor intensidade de acontecimentos sérios, o jornalismo continua a precisar de captar a atenção das pessoas.

Luís Pinto: Tiago Ramalho é jornalista no jornal Público, na secção de Ciência, onde escreve sobre temas como o espaço, a alimentação e a saúde. É doutorando em Ciências da Comunicação, na Universidade do Minho, com investigação em torno da pseudociência. Madalena Oliveira é professora associada do Departamento de Ciências da Comunicação na Universidade do Minho e ensina regularmente semiótica, comunicação e linguagens, jornalismo, e jornalismo e som. Desenvolve investigação sobre cultura sonora e estudos de rádio. É membro integrado do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, uma unidade de investigação de que é diretora desde abril de 2022. É, também, diretora da revista Comunicação e Sociedade.

Madalena Oliveira: Nesta edição do podcast Estados do Tempo, falamos de qualidade da informação num período que, na gíria jornalística, costumamos chamar de *silly season*, coincidindo com o verão, uma estação mais dedicada ao gozo de férias e uma altura do ano em que a atividade política abranda, a *silly season* corresponde a um momento em que a intensidade informativa nos meios de comunicação é, geralmente, menor. Com Tiago Ramalho, vamos falar dos desafios desta época para o jornalismo e para a qualidade da informação. Bem-vindo, Tiago.

Tiago Ramalho: Bom dia.

Madalena Oliveira: Pode dizer-se que os meses mais quentes do ano são meses de temperatura mais moderada para o jornalismo?

Tiago Ramalho: Sim, eu diria que se pode dizer isso. Não sei se ainda faz sentido continuarmos a falar em *silly season*, até porque digamos que o jornalismo continua a funcionar e continuam a acontecer coisas, até no enquadramento político, durante o verão, que eram meses tipicamente de notícias mais leves, em que a política se arredava um bocadinho dos jornais. Hoje, isso já não é assim. Se olharmos para o ano passado, em 2025, o anúncio do fim da FCT, por exemplo, da Fundação para a Ciência e a Tecnologia, foi a 31 de julho. Portanto, acho que, só por aí, já se percebe que a política já não para tanto e os jornais também não.

Acho que, por aí, há um ponto. E depois há o outro ponto sobre se continua a fazer sentido os próprios jornais terem conteúdos específicos para o verão. Há uma série de jornais que continuam a fazer edições especiais para o verão, com conteúdos como séries ou inquéritos a figuras públicas, etc., que aparecem sempre durante agosto, às vezes julho. E que têm a ver com, pelo menos na minha percepção, têm a ver com uma certa ideia de que os leitores também estão em descanso, em modo de descanso e querem menos política, menos *hard news* e coisas mais leves. Também não tenho certeza que seja bem assim.

Madalena Oliveira: A expressão *silly season* teve origem no jornalismo britânico do século XIX, quando o verão representava uma espécie de deserto informativo. Depreendo, por aquilo que me diz, que já não podemos propriamente falar de ausência de notícias.

Tiago Ramalho: Não, não. Pesquisei alguma coisa sobre o que é que tem acontecido nos últimos verões e eu diria que, mesmo no final do século XX, o verão não era propriamente marcado por um deserto de notícias. Uma das primeiras coisas que me veio à cabeça foi a invasão do Kuwait pelo Iraque. Também foi em agosto, se não me engano. Foi no verão. E, portanto, há uma série de acontecimentos que continuam... o mundo continua girar no verão e não há um deserto de notícias. O que eu, apesar de tudo, acho que acontece é que há menos política porque o Parlamento vai de férias e muitos ministros vão de férias, apesar de continuarmos a ter, por exemplo, normalmente, a administração interna, com os incêndios, por exemplo, muito ativos. Mas há férias no Parlamento e isso faz com que haja menos discussão política do dia-a-dia, do quotidiano, menos...

Madalena Oliveira: Também as férias judiciais, as férias das escolas.

Tiago Ramalho: Exatamente, sim. Se bem que nas escolas depois há a questão dos exames, a questão do ensino superior, que acabam por marcar um bocadinho o...

Madalena Oliveira: Notícias de educação.

Tiago Ramalho: Tirando agosto, há sempre ali... em julho e final de agosto, início de setembro, há sempre ali muita atividade e muito stress na educação. Mas, de facto, há menos projetos de lei a entrar, há menos projetos de resolução, etc., e isso faz com que haja menos política. O que não significa que haja menos notícias. Acho que as outras secções também têm que contribuir. E essa é uma parte em que a sazonalidade, esta altura da *silly season*, acaba por poder ajudar. Há secções, como a secção de Ciência, onde eu trabalho e, portanto, conheço melhor. Ou secções como a Economia, etc., que às vezes têm menos espaço para trabalhos mais desenvolvidos ou para ter mais destaque numa primeira página e que acabam por ter essa oportunidade nos meses de verão, quando a política descansa mais um bocadinho.

Madalena Oliveira: Apesar da expressão *silly season* soar muito bem, pelo menos do ponto de vista fonético, ela tem, na verdade, uma conotação negativa. Numa tradução literal, diríamos que é o sinónimo de uma estação ridícula ou pateta. Assumi-la como definidora de uma época do ano para o jornalismo pode ser uma forma de os jornalistas se auto-criticarem ou uma desculpa para baixar a bitola da qualidade?

Tiago Ramalho: Sim. E vou já lá, até com um exemplo fora da minha área, para ajudar um bocadinho. Mas acho que até serve para descredibilizar o próprio jornalismo. Porque parece... e acho que também contribui para uma certa desconexão dos leitores com os jornais, que acontece no verão. Pelas férias, porque as pessoas, se calhar, têm outras coisas para fazer e está tudo bem com isso. Mas também se sente que há, se calhar, um menor esforço dos jornais durante esses meses para dar coisas que interessem às pessoas, dar notícias, que, normalmente, é o que mais interessa às pessoas nos jornais.

Mas, por outro lado, há de facto... perde-se um bocadinho essa coisa do jornalismo como disciplina de verificação e como essa procura de notícias. E um dos exemplos mais óbvios, para mim, apesar de ser uma área do jornalismo muito específica, são os jornais desportivos. Porque a época de verão é uma época de *silly season* e, às vezes, muito ridícula porque se fazem capas, ou primeiras páginas, com coisas que nunca se verificam como corretas. E não é o caso de ser uma má informação ou uma má fonte ou a história ter outros contornos. Simplesmente porque acontece todos os dias e isso contribui um bocadinho para a descridibilização do jornalismo. E há também um certo desleixo, às vezes. Então os jornalistas entram em modo de férias, às vezes.

Madalena Oliveira: A escassez de notícias fortes quer dizer então que se cria mais espaço para rumores e desinformação?

Tiago Ramalho: Sim, sim, sim, acho que sem dúvida. Um dos exemplos que li a procurar um bocadinho sobre esta época ridícula, ou pateta, era sobre a Escócia e sobre como os avistamentos no lago Ness, ou de monstros no Lago Ness, começaram a ser noticiados e muito destacados nos jornais escoceses, precisamente, nestas *silly seasons*. Aliás, eu encontrei ainda recentes notícias sobre avistamentos de monstros no Lago Ness. Acho lamentável que ainda continuemos a dar espaço a coisas, a rumores, que acabam por criar desinformação, mitos e isso, mais uma vez, acho que não contribui para a qualidade do jornalismo, para aquilo que os leitores devem considerar jornalismo e que é, lá está, ter coisas verificadas com várias fontes, de preferência, e que nos acrescentem alguma coisa. E a maior parte destas coisas, que são rumores, realmente não nos acrescentam muito.

Madalena Oliveira: Há vários fatores que contribuem para isso: porque as pessoas estão de férias, porque há um abrandamento da atividade política, social, talvez até, também, cultural. Há menos pessoas nas redações, também. Tudo isso contribui para que se alterem os critérios de noticiabilidade?

Tiago Ramalho: Sim, eu diria que...

Madalena Oliveira: ... ou os valores-notícia.

Tiago Ramalho: Pois, é isso. Acho que os critérios se mantêm, mas tornam-se um bocadinho mais alargados. Acho que... a hierarquia dos valores de notícia é que difere um bocadinho: passamos a ter mais atenção por um valor-notícia que, às vezes, diria que acaba por ser arredado para baixo, e percebe-se porquê, que é o do insólito, aquela ideia do Homem que Mordeu o Cão é que é a notícia. E acho que há mais espaço para valores-notícia como o insólito e muito mais, até, para a parte da proximidade, de coisas portuguesas, aproveitar para

fazer reportagens sobre coisas que acontecem no país; fazer a Nacional 2 à procura dos melhores restaurantes, ou à procura dos melhores sítios para passar férias... são coisas que aparecem sempre muitas vezes durante esta época e que não sei se obedecem aos mesmos valores-notícia. Eu diria que não, à partida, que não obedecem aos mesmos valores-notícia que os jornalistas têm ou que as direcções editoriais têm durante o resto do ano, entre janeiro e junho há uma espécie de hierarquia que é pausada em julho e agosto diria, e também um bocadinho de Natal.

Madalena Oliveira: Sente que há uma diferença entre os meios, ou seja, experienciamos esta *silly season* de forma diferente nos jornais, na televisão... É isto um fenómeno, uma realidade dos meios tradicionais, apenas, ou é também algo que já se vai sentindo nas plataformas digitais?

Tiago Ramalho: Acho que, apesar de tudo, se nota essa diferença entre os tradicionais e os digitais, porque os digitais acabam por ter um bocadinho... o registo acaba por ser mais coerente ao longo do ano, tendo também muito mais esta voragem para algum sensacionalismo, que também é característico desta época do ano, se quisermos. Diria que nos meios tradicionais sobretudo na televisão - não querendo ser injusto, mas acho que sobretudo na televisão, pelo tipo de meios que necessita para fazer uma reportagem - há muito mais esta questão de ir pelo país fora, fazer reportagens sobre comida, ou melhores sítios para visitar. São [temas] muito mais presentes. Nos jornais também acho que acontece, mas acaba por... como tem uma abrangência maior em termos temáticos, na maior parte dos casos acaba por dar espaço a outros sítios... a outras áreas para aparecer, mas continuam a acontecer coisas como os inquéritos Proust, que estão presentes todo ano e que acho que não acrescentam assim tanto em termos de notícia, em termos jornalísticos. Mas nos jornais dá espaço para outras áreas aparecerem - o caso do jornalismo de ciência é um deles, que acaba por ter um bocadinho mais espaço, embora, depois, os meios também sejam mais escassos porque as pessoas vão de férias na mesma. Mas dá-se mais espaço, mais páginas para fazer grandes trabalhos, em vez de ter notícias de uma página, por exemplo ou de meia página. Há sempre duas páginas para um trabalho porque há menos meios e também porque se quer dar mais espaço a isso.

Madalena Oliveira: O tipo de temas de que fala, o ir pelo país fora à procura até de histórias mais insólitas, muitas vezes, pode também ser confundido com o conceito de *soft news*. É esse um dos prejuízos da *silly season*, de termos mais espaço para notícias menos sérias ou podemos dizer que essas notícias menos sérias, se é que este conceito faz sentido, contribui para, de algum modo, corroer a credibilidade já um pouco danificada do jornalismo e dos jornalistas?

Tiago Ramalho: Sim, eu não gosto muito da distinção entre *hard news* e *soft news*, mas é útil para nos situarmos, acho eu, na mesma. Portanto, eu diria que os jornais já têm espaço para estas... jornais, os média... já têm espaço para estas *soft news* ao longo do ano e temos essas *soft news* sempre. Acho que o importante aqui é que sejam verificadas e que haja ali algum critério para que elas possam estar, porque acho que uma reportagem sobre alguém em Vidigueira que, há 100 anos, faz o mesmo tipo de vinho pode ter espaço, na mesma, ao longo do ano. Não precisa de ser uma coisa que é metida só no verão porque temos espaço para preencher e ganha logo um destaque imenso. Mas respondendo diretamente, acho que sim, acho que acabamos por ter mais *soft news*, menos verificação dessas próprias notícias, há também uma opção para escrever e publicar porque, lá está, as relações ficam mais curtas e temos espaço para preencher, quer nas televisões, quer nos jornais. E, depois, ao termos tantas *soft news*, eu acho que acaba por descredibilizar o jornalismo. E, também, uma coisa que é sempre muito importante ao longo do ano, para os jornais sobretudo, é o que é que é manchete, o que é que vai para a primeira página. É importante até para as televisões, porque os jornais da uma [13h] a maior parte das vezes... as grandes notícias dos jornais da uma repetem aquilo que são as manchetes dos jornais dessa manhã. E no verão, às vezes, sente-se que não há nada de interessante... não há nada que me puxa a ler aquele jornal e esse é um sentimento que nós não queremos nos leitores porque isso descredibiliza, por um lado, mas também faz com que percamos a nossa audiência, que é uma parte importante.

Madalena Oliveira: O modelo de negócio baseado em cliques agravou, certamente, esta expectativa de que, mesmo num período de menor intensidade de acontecimentos sérios, o jornalismo continua a precisar de captar a atenção das pessoas. Que estratégias é que têm as redações para se preparar para este período de verão e, portanto, de menor intensidade das notícias?

Tiago Ramalho: Não tem que ser necessariamente assim porque - vou pegar outra vez no exemplo da Fundação para a Ciência e Tecnologia - quando há notícias, quando há de facto alguma coisa a acontecer, quando nós temos coisas para oferecer aos leitores, há de facto interesse e durante esse verão, o verão passado no caso, muito se discutiu, muito se escreveu... artigos de opinião, artigos jornalísticos e todos tiveram imensa leitura. Portanto, eu diria que se os jornais conseguirem ser interessantes, digamos assim, de uma forma muito básica, as pessoas vêm atrás, as pessoas querem ler na mesma, de qualquer das formas.

Madalena Oliveira: Na verdade até seria um tempo mais propício à leitura com dedicação, com tempo, com disponibilidade.

Tiago Ramalho: Sim, exato. E em que se pode voltar àquela coisa de ler o jornal de fio a pavio, que é uma coisa que só faço ao fim de semana porque, de semana, é impossível. Mas, de facto, há estratégias e acho que uma das estratégias tem sido optar um bocadinho por essa busca de cliques, essa estratégia ativa de ter títulos mais sumarentos, que apelam a clicar. Eu não tenho a certeza que isso traga excelentes resultados. Acho que pode trazer mais cliques. Não traz é uma outra métrica que acho que é cada vez mais importante, e tem sido cada vez mais importante para os jornais - pelo menos, no Público sei que tem sido, os outros não conheço tão a fundo - que é o tempo de leitura... o tempo médio de leitura dentro de cada artigo. E é muito mais importante termos 45 segundos ou um minuto de tempo de leitura do que ter 10 segundos e ter 20 mil cliques. Se ninguém leu, não sei se o nosso serviço fica muito bem feito assim, porque, aí, já não estamos a fazer um grande serviço à população. Não é um serviço público, como tantas vezes queremos dizer - e bem - que o jornalismo é.

Portanto, as estratégias têm passado sempre um bocadinho por aí. Depois, há outras estratégias mais de organização, e que acho que são úteis, que é a preparação de séries, a preparação de uma série de reportagens sobre alguma coisa. Há uns anos uma colega minha, que, agora, também está em jornalismo de ciência - a Filipa Almeida Mendes -, fez até uma série de reportagens no verão, que acabou por sair super bem, que era fazer um curso de felicidade e mostrar como é que aquilo era, o que é que tinha de bom, o que é que tinha de mau. Uma coisa na primeira pessoa, que é uma coisa que raramente fazemos no Público, mas que, tendo em conta que era verão, tentou-se explorar esse ângulo. E correu super bem, e fez todo o sentido publicar aquilo, se calhar, naquela altura. Acabou por funcionar como uma área de testes. O que eu acho, muitas vezes, é que podemos testar no verão - é importante é que

haja, depois, um seguimento e esse tipo de reportagens, em que se participa diretamente no objeto de estudo, digamos assim; acabou por sair um bocadinho... não ter continuidade. Mas é um tipo de trabalhos que é preparado, que dá cinco, seis, textos ao domingo, ao sábado, o que seja, e que, depois, falta é a continuidade. Porque é um estilo que claramente deu resultados, depois falta perceber se funciona noutros registos.

Madalena Oliveira: Um tipo de trabalho que reconfigura um bocadinho o conceito de atualidade, não tanto da atualidade mais imediata, mas de uma atualidade que perdura um pouco mais no tempo e que permite, inclusive, fazer trabalhos por antecipação, é isso?

Tiago Ramalho: Sim, sim, e que é uma coisa que já acontece antes, sobretudo em secções mais pequenas - mais uma vez por experiência pessoal, porque a secção de Ciência acaba por ser uma secção pequena, com uma editora e dois jornalistas. Quando alguém vai de férias, é importante preparar antecipadamente o que é que vamos ter e o que é que podemos fazer para ter à mão no frigorífico, como se costuma dizer. Ter já reservado para poder publicar em qualquer altura. Já se faz isso durante o ano, acho que é mais intenso durante o verão porque há mais pessoas de férias, toda a gente tem férias entre junho e setembro, mais ou menos entre julho e setembro, e isso faz com que haja aqui uma necessidade de preparar mais coisas. E esse tipo de reportagens, que acabam por funcionar muito bem, podem entrar em qualquer altura do ano, se calhar, no verão, acaba por ser onde há mais espaço para garantir que temos cinco ou seis sábados seguidos em que, de facto, aquela pode ser a reportagem principal do jornal, em que não vai acontecer alguma coisa que exija uma reportagem de atualidade. Isso aí, acho que o verão tem essa vantagem, em que não vai haver uma mudança política, tirando o ano passado, provavelmente, mas não vai haver uma grande mudança política que nos faça querer fazer outro tipo de reportagem e isso, em termos de planeamento, ajuda. Mas, de resto, é uma coisa que se pode fazer durante o ano todo, acho que...

Madalena Oliveira: Haja recursos para o fazer...

Tiago Ramalho: Pois, pois. Aí, há essa a questão dos recursos, e uma questão acho, também, importante é que, normalmente, as fontes e quem quer, às vezes, dar algumas pistas sobre

possíveis notícias também estão de férias e isso também acaba por limitar, às vezes, um bocadinho algumas áreas.

Madalena Oliveira: E quem fala das férias das fontes pode falar também das férias daqueles que pressionam os jornalistas para que algumas coisas sejam notícia, não é?

Tiago Ramalho: Sim, sim. Se bem que depois aí depende um bocadinho. Acho que, por exemplo no âmbito de governos e etc., não tanto. Acho que isso aí continua porque, se os jornalistas continuarem a fazer o seu trabalho, eles também vão ter que continuar a fazer o deles. Noutras áreas mais ligadas, por exemplo... aquelas que estão ligadas às universidades, por exemplo. As universidades tendem a parar durante um mês, mais ou menos. Não necessariamente, mas estão mais fechadas e sem grande comunicação para o exterior, muitas vezes. Isso faz com que, por exemplo, as universidades estejam um bocadinho mais arredadas no verão, tendencialmente. Depois também faz parte do trabalho do jornalista ir chatear os investigadores, às vezes de férias, mas chateá-los para falar sobre esta reportagem, aquela, até porque as revistas científicas continuam a trabalhar no verão, portanto, esse é um exemplo. Depois, outra coisa que me esqueci de falar há bocadinho era fazer antecipações, fazer retrospectivas. Muitas vezes também acaba por ser um período para isso, sobretudo quando não há Mundial ou Europeu de futebol, agora como há futebol, acaba por ser um bocadinho mais fácil de preencher junho e julho, por exemplo. Mas, nos outros anos, acaba por ser muito importante fazer retrospectivas: passaram seis meses desta decisão, passou um ano, passou não sei o quê. Isso aí acaba por ser...

Madalena Oliveira: Um dos problemas que eu creio que se identifica, hoje, ao jornalismo é o da sua incapacidade, talvez, de competir com outros meios para ser o primeiro a dar a informação. Hoje, talvez já não seja propriamente pelos jornais ou pela rádio, pela televisão, que as pessoas ficam a saber, em primeira mão, que algo está a acontecer. O que está a relatar não é a prova de que é possível um outro modelo de jornalismo mais explicativo, menos precipitado pela atualidade e que, portanto, possa ficar-se mais a formatos alongados, como diz que acontece nesta altura?

Tiago Ramalho: Eu diria que, em tese, sim; em teoria, sim. Não sei se não temos necessidade de continuar a tentar ser os primeiros. Acho que há mais essa necessidade de ser os primeiros

a dar uma determinada notícia, não quando todos vamos dar, mas quando é um exclusivo, quando é... nós vamos dar isto e mais ninguém tem, ou, se tiver, então muitos atrasados e nós vamos dar primeiro. Nós vamos fazer uma manchete com isto, vamos focar neste assunto a que ninguém está a dar atenção. Acho que é mais aí que temos que focar, pelo menos na minha percepção. Até por é aquilo que vejo que os leitores mais valorizam, aquilo que os outros não têm para dar. Se for uma notícia que todos vão dar - porque é um anúncio do governo, ou seja o que for, se nós não vamos dar em antecipação, se vamos dar quando é anunciado, ao mesmo tempo dos outros, podemos perder ali os primeiros primeiros cinco mil cliques ou 10 mil cliques de pessoas que querem saber o que é que se passou e em que só temos dois parágrafos para explicar. Eu diria que, normalmente, é mais vantajoso termos um texto um bocadinho mais esclarecido, que possa clarificar as pessoas o que é que aquilo significa. Esse texto acaba por ser um bocadinho mais valioso, se calhar não vai ter tantos cliques como a notícia que leva... que tem uma notificação no telemóvel logo assim que é anunciado, mas acho que acaba por cumprir melhor isso que o jornalismo deve prestar, que é de esclarecer, de informar, de contextualizar, de dar mais alguma coisa para lá daquilo que é ser um bocadinho pé de microfone - porque se é só para dar o anúncio, se calhar não estamos a dar assim tanto.

Dito isto, também acho que é importante não atrasarmos uma hora, se o anúncio foi feito às dez da manhã, até às dez e quarto podemos dar. Eu diria que dar às onze... já perdemos. Os outros já tiveram tempo até de dar mais contexto, de explicar melhor. E acho que também há uma coisa que é importante, e que às vezes se calhar não faremos tantas vezes, que é... dá para fazer a notícia mais curta... e, em muitos jornais, e o Público, por exemplo, é um caso desses... escreve muito. São textos sempre mais longos. E, portanto, às vezes dá para fazer uma notícia mais curta a dar o anúncio e, depois, fazer um texto aprofundado e explicativo, em que se explica porque isto serve ou o que é que isto significa. Às vezes dá para fazer as duas coisas.

Madalena Oliveira: Estamos a falar de Estados do Tempo e de estados do jornalismo, na verdade. Pode entender-se que a *silly season*, que é o tema desta edição do podcast... pode a *silly season* ser uma oportunidade, de facto, para fazer um jornalismo mais aprofundado?

Tiago Ramalho: Sim, em muitos casos... não só aprofundado, como ter a oportunidade de ter mais destaque. Acho que é uma oportunidade para fazer jornalismo mais aprofundado porque

acabamos por ter mais tempo; há, se calhar, menos pressão da atualidade e isso permite que haja sempre alguns jornalistas a fazer coisas maiores, trabalhos em série, por exemplo. Mas, não diria que é uma oportunidade única, acho que é uma oportunidade para, se calhar, esses trabalhos terem mais destaque; se calhar, pegarmos em coisas intemporais que não precisam de estar ligadas à atualidade e dar-lhes destaque. Isso é uma coisa que acho que seria fácil... estamos a falar em ciência ou se, em vez de pegar em exemplos destes, mas pegar em equipas científicas que trabalham, em que todos os investigadores são precários, e dar-lhes espaço para isso ser notícia e ser destaque - que se calhar noutras alturas ia aparecer na altura em que estamos a discutir a prestação social única ou que estamos a discutir a reforma laboral e, portanto, o espaço desaparece. O espaço de primeira página, digo, o espaço de destaque, de manchete no online, desaparece. Permite ter mais espaço e ter mais atenção e, eventualmente, até poder dar aso que haja mais... uma sequência dessa notícia, ter outras, um *follow-up*.

Madalena Oliveira: Nós aproximamos-nos do tempo limite desta edição, num tempo que se tornou, e vem bem a propósito desta observação, que se tornou tão vertiginoso, em que a pressa e a urgência são a nossa condição permanente, poderíamos dizer que começa a haver, também, um entendimento de que o jornalismo também deve ser uma prática mais lenta. Na literatura anglo-saxónica usa-se mesmo a expressão *slow journalism*, que vem também muito a peito àquilo que é a filosofia de trabalho do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade nesta altura, neste período de financiamento, porque adotámos como lema ou como conceito inspirador o da *slow communication*. Falando nós da *silly season*, poderíamos dizer que a *silly season* no jornalismo seria um período mais favorável a este tipo de prática? E há condições, de facto, para fazer um jornalismo mais reflexivo quando, na realidade, como aqui foi anotado durante esta conversa mais do que uma vez, as redações estão tão esvaziadas?

Tiago Ramalho: Sim, acho que uma das dificuldades em fazer um *slow journalism*, um jornalismo mais lento mesmo em período de *silly season*, acaba por ser esse esvaziamento das redações porque, apesar de tudo, lá está, as pessoas estão de férias e, enquanto uns terão a oportunidade de poder fazer, se calhar, trabalhos mais longos e aprofundados, outros terão que fazer... arranjar notícias, digamos assim, para continuar a alimentar o *site*. Porque a verdade é que lá está, os leitores continuam a ir ao *site* três, quatro, cinco vezes por dia e convém que não esteja a mesma coisa... não sejam as mesmas notícias. E isso eu consigo perceber.

Por outro lado, e olhando para aquilo que são os exemplos que temos de *slow journalism* e jornalismo lento: eu não sei se é uma coisa aplicável em larga escala. Acho que pelo tempo prestigioso... seja por isso, seja por uma vontade muito grande de consumir notícias, mais do que informação, é poder ver o título, poder ver alguma coisa, ter alguma coisa nova para poder dizer ao jantar. Alguma coisa desse género, seria difícil ter todas as redações com *slow journalism* ou ter jornalismo lento, de forma muito expansiva, em Portugal ou em Espanha, ou seja onde for.

No entanto, acho que há espaço para que cada redação possa ter esses jornalistas mais dedicados a investigação, sobretudo, mais dedicados a aprofundar temas. Acho que isso vai acontecendo, são cada vez menos; acho que essas práticas já existem no jornalismo *mainstream*, no jornalismo tradicional. Mas, lá está, pagar um jornalista de investigação fica caro e são cada vez menos em todos os jornais.

Madalena Oliveira: A questão económica é decisiva?

Tiago Ramalho: A questão económica acaba por definir tudo o que se faz em jornalismo, e era o que queria completar nesta resposta... que mesmo os exemplos que nós temos de jornalismo mais lento, em Portugal e no resto do mundo, em termos económicos, a maior parte deles são algo... estão periclitantes porque têm muitas fragilidades, dependem, muitas vezes, de financiamento volátil, de fundos ou concursos, financiamento competitivo. E isso torna as coisas um bocadinho mais difíceis para estes projetos, que acho que vão continuar a ter o seu espaço, terão sempre pelo menos alguns leitores que os permitam continuar vivos, mas não sei se podemos ter imensos projetos desses. Acho é que cada redação, cada meio de comunicação social tem que arranjar espaço para que, não só no verão, não só em épocas baixas do jornalismo, haja jornalistas a poder fazer reportagens de seis, sete meses. Às vezes, se calhar, vão ter que fazer isso em conjunto com outros trabalhos mais rápidos para aquele dia ou para os dias seguintes, mas que possam ter espaço para fazer reportagens de seis, sete meses. Isso às vezes é que começa a ficar difícil porque... torna-se mais difícil de planear quando há menos recursos.

Madalena Oliveira: Muito obrigada Tiago pela oportunidade de, nestes Estados do Tempo, podermos refletir sobre o estado do jornalismo.

Tiago Ramalho: Obrigado.

[música]

Luís Pinto: Foi o Estados do Tempo, um podcast do BIP e do Communitas. Teve a gravação, edição e pós-produção a cargo de Pedro Gaspar. A moderação foi de Madalena Oliveira que teve, do outro lado, o nosso convidado Tiago Ramalho. A curadoria foi de Tiago Estevão, a produção de Inês Mendes e a apresentação de Luís Pinto. Agradecemos mais uma vez a sua escuta e até ao nosso próximo encontro.