

Slow Journalism* - o contributo do jornalismo lento para o ecossistema mediático: o caso da revista *Visão

Relatório de Estágio de Mestrado em Jornalismo

Nota: lombada (nome, título, ano)
- encadernação térmica -

Agosto, 2021

Agradecimentos

À minha família, pais, irmão e avó, a quem devo tudo.

À minha namorada, Catarina, por todo o apoio incondicional e por sempre acreditar em mim.

À minha orientadora, Dora Santos Silva, por todo o acompanhamento, orientação e paciência durante todo este processo.

Aos meus amigos, para os quais seria injusto estar a enumerar por qualquer que fosse a ordem. De qualquer modo, eles sabem quem são.

À NOVA FCSH (Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa), à UBI (Universidade da Beira Interior) e aos professores com que me cruzei ao longo do meu percurso, em especial àqueles cuja paixão ardente pelo jornalismo ajudou a incendiar a minha.

À revista *Visão* pela oportunidade de estágio e a toda a equipa que me acompanhou.

Aos entrevistados para este relatório, os profissionais da *Visão*, Miguel Carvalho, Rui Antunes, Sara Belo Luís e Vânia Maia.

A todos os que ajudaram a fazer de mim a pessoa que sou hoje.

Um bem-haja.

Slow Journalism* - o contributo do jornalismo lento para o ecossistema mediático: o caso da revista *Visão

Rafael Covita Ascensão

Resumo

O presente relatório de estágio tem como objetivo explorar o conceito de *Slow Journalism*, ou Jornalismo Lento, e o seu contributo para o ecossistema mediático, particularmente no caso da revista *Visão*, especificamente as características editoriais dos artigos identificados neste tipo de jornalismo publicados por este órgão de comunicação social e a perceção que os jornalistas que assinam estes artigos têm sobre o próprio conceito de jornalismo lento. Para alcançar o referido objetivo foi utilizada uma metodologia mista, que incluiu entrevistas semiestruturadas realizadas a três jornalistas da *Visão* e a um elemento da direção da revista, e uma análise de conteúdo a todas as edições impressas desta *newsmagazine* durante os seis meses de estágio (julho-janeiro), num total de 27 revistas analisadas, nas quais foram identificadas 36 peças de *Slow Journalism*.

A maioria dos artigos analisados está inserida na temática de *Sociedade* e analisa aprofundadamente um determinado tema, assim como é digna de nota a expressão de artigos que englobam o género Perfil. Muitas das peças de *Slow Journalism* são tema de capa e funcionam como atrativo para a assinatura da revista, sendo muitos deles, por exemplo, colocados online num regime fechado e incentivando a assinatura. Foi notória entre os entrevistados a preocupação com a necessidade de produção deste tipo de jornalismo, embora os vários constrangimentos que condicionam e retêm muitas vezes a prática de um jornalismo mais lento e aprofundado, principalmente a falta de tempo e falta de meios (financeiros), no que aparentou ser um ciclo vicioso.

Palavras-chave: *Slow Journalism*; Jornalismo Lento;

Abstract

The present internship report aims to explore the concept of *Slow Journalism* and his contribution to the media ecosystem, particularly in *Visão* magazine, specifically the editorial characteristics of the articles published by *Visão* that are identified as this kind of journalism and the perception that the journalists who signed this articles have about the concept of *Slow Journalism*. To achieve this goal it was used a mixed methodology which included semi-structured interviews with three journalists and one direction element from *Visão*, complemented by a content analysis of all the impress editions of the magazine during the six months internship period (July to January), totalizing 27 magazine editions analyzed, in which there were identified 36 *Slow Journalism* articles.

The majority of the analyzed articles are included in the *Society's* theme and analyze in a deep way a specific theme, as it is equally notorious the amount of articles that are included in the *Profile* genre. Many of the *Slow Journalism's* articles are cover themes and function as an attraction for the magazine's subscription. Among the interviewees, the concern with the production of this kind of journalism was notorious, although the various constraints that condition and often hold back the practice of this slower and in-depth journalism, especially the lack of time and (financial) resources, in what seemed to be a vicious cycle.

Keywords: *Slow Journalism*;

Índice

Introdução	1
Capítulo I – A Revista Visão e o Estágio Curricular	4
1.1. A Revista Visão	4
1.2. - O Porquê da Escolha pela <i>Visão</i>	9
1.3. - O (início do) estágio	11
1.4. – A continuação do estágio	13
1.5. - Balanço.....	16
Capítulo II – O <i>Slow Journalism</i> e o seu contributo para o ecossistema mediático	19
2.1 - <i>Slow Movement(s)</i>	19
2.2. – O Problema da Rapidez da Informação.....	21
2.3. - <i>Slow Journalism</i>	27
2.4. – A ajuda do <i>Slow Journalism</i> no Combate à Desinformação	41
2.5. - Construção Social da Realidade	45
2.6. - Combate ao <i>Churnalism</i>	46
2.7. – Conotação Social do <i>Slow Journalism</i>	48
2.8. – Apoio ao Relato da diferença sociocultural e de Assuntos Sensíveis.....	49
2.9. - Contar Como as Histórias Acabam	51
2.10. – Vertente Financeira.....	51
Capítulo III – Desenho da investigação	57
Capítulo IV - Apresentação de Resultados	62
4.1. Critérios Editoriais	62
4.2. Autoria (Jornalismo Colaborativo)	66
4.3. Temática e Âmbito	69
4.4. Secção, Capa e Género Jornalístico.....	72
4.5. Online	76
4.6. Elementos Visuais.....	78
4.7. Outras Estratégias Editoriais	81
Conclusão	89
Referências	94

Índice de Figuras

Figura 1. Exemplo de uma capa da Visão, correspondente à edição 1428 (relativa ao período entre 16/07/2020 até 22/07/2020)	6
Figura 2. Frequência dos critérios editoriais (gráfico).....	64
Figura 3. Autoria dos artigos (gráfico).....	68
Figura 4. Temáticas (cumulativas) dos artigos (gráfico).....	70
Figura 5. Âmbito dos artigos (gráfico).....	70
Figura 6. Gráfico referente à temática (principal) e âmbito.. ..	71
Figura 7. Secção (gráfico). Fonte: Autoria própria.	72
Figura 8. Presença na capa da revista (gráfico).....	73
Figura 9. Géneros jornalísticos (gráfico).	74
Figura 10. Géneros e subgéneros Jornalísticos Segundo Classificação (cumulativa) de Marques de Melo (gráfico).....	75
Figura 11. Colocação dos artigos online (gráfico).. ..	76
Figura 12. Artigo da revista disponibilizado online mas não na íntegra (em regime fechado), incentivando à assinatura.	76
Figura 13. Exemplo de Destaque Relevante (Azul) e Destaque Pequeno (Verde). Edição nº1432 da Visão, correspondente ao período 13/8 a 19/8/2020.	78
Figura 14. Uso de elementos visuais (gráfico).....	80

Índice de Tabelas

Tabela 1. Autoria dos Artigos de Slow Journalism.. ..	67
Tabela 2 - Critérios dos artigos de Slow Journalism.. ..	102
Tabela 3 - Características dos artigos de Slow Journalism.....	105

Introdução

Escrever bem um artigo, fora do esquema rígido da pirâmide invertida, leva o seu tempo (...) E o tempo é um luxo de que os jornalistas dispõem cada vez menos.

(Kovach e Rosenstiel, 2004, p. 154)

O jornalismo tem continuamente sofrido diversas adaptações próprias das mudanças dos tempos e vontades. A par de toda a vivência social, o surgimento das novas tecnologias e a implementação da internet acarretaram consigo um aumento exponencial de informação disponível e atualizada quase que instantaneamente, e vieram alterar a produção e o consumo de jornalismo, o qual desempenhou igualmente um crucial papel nesta aceleração: “Modernity is marked by not only the greater speed of social life but it also ushered in new understandings of time, and journalism was central to such change” (Craig, 2016, p.464).

Adentrou-se num ciclo noticioso e informativo vertiginosamente rápido e comumente considerado superficial, onde é fácil perder-se de vista outras formas de praticar jornalismo, com outras temporalidades de produção (Le Masurier, 2015). Surgiu assim deste modo, e funcionando como contrapeso, a ideia de um jornalismo lento, o denominado conceito de *Slow Journalism* que é já considerado por diversos autores e estudiosos, sendo alguns abordados ao longo da presente investigação. Ultimamente a designação portuguesa “Jornalismo Lento” tem também tomado um grande fôlego, sendo, no entanto, preterida em detrimento da expressão inglesa, uma vez que ainda são poucas as referências e os estudos em língua portuguesa que usem esta denominação.

Importa desde já deixar patente o significado de jornalismo a ser usado tal como o significado de notícia, de modo a agilizar as considerações, deixando sempre a salvaguarda de que existe uma volatilidade em relação a estas, que depende das estruturas sociais onde se inserem.

Iniciando as reflexões da parte para o todo, Lúcia Vaz Pedro (Jornal de Notícias, 2016) refere que a notícia é “um texto jornalístico que encerra um conteúdo factual”, representando “o género fundamental do jornalismo e relata acontecimentos de interesse geral com a menor subjetividade possível”. No entanto, ao termo notícia é conotado o fator da novidade, aliás como é eficazmente retratado na linguagem inglesa, em que

Notícias é traduzido como *News*, ou seja, novidades. Portanto, a notícia carece de atualidade “imediate”, fazendo então parte do jornalismo, mas não representando a sua totalidade. Para o efeito, o entrave começa a partir do momento em que se considera que tudo o que vem num jornal é jornalismo. Tal como afirma Moretzshon (in Correia, 2009, p.4): “em rigor não há propriamente jornalismo, mas jornalismo com formas, métodos e objetivos bem distintos entre si, de acordo com os propósitos de quem produz e do público a quem se destina”. Contudo, pode ser assumido (Correia, 2009, p.5) que o jornalismo se refere a objetos, pessoas e estados de coisas do mundo, que se identificam como relevantes – “no sentido que repercutem sobre o mundo da vida das audiências” – e atuais, no sentido de que “se realizaram normalmente há pouco tempo e transportam alguma espécie de urgência no seu conhecimento”, representando estes fatores um forte motivo de controvérsia, por serem conceitos complexos, como aliás o próprio autor assume. O American Press Institute¹ avança uma definição mais elementar do jornalismo: “Journalism is the activity of gathering, assessing, creating, and presenting news and information. It is also the product of these activities”.

Sobrepondo as referidas definições e conceitos, o jornalismo apresenta essencialmente informação, podendo esta ser rotulada como notícia ou não, dependendo da presença de alguns critérios inerentes à escrita jornalística, embora hoje seja quase impossível falar de jornalismo sem usar o termo “notícias”, se bem que talvez seja tempo de começar a fazer essa dissociação (Le Masurier, 2015, p.139). Também o *The Correspondent*, órgão considerado como praticante de *Slow Journalism*, reconhece o facto inegável de que de todas as formas que o jornalismo pode tomar, a notícia é de longe a mais influente (Wijnberg, 2019). É defendido, no entanto, que o jornalismo não trata só de expor as novidades ao público, mas antes entende-se também como parte fundamental do seu serviço “o contributo que este presta para a análise dos acontecimentos, o esclarecimento e a formação dos seus leitores” (Gradim, 2000, p.18).

De modo a efetivamente agilizar a questão, parte-se do remetimento de jornalismo como referindo-se a mais do que as simples notícias do dia, fazendo uma distinção clara entre jornalismo e notícias, visão corroborada por Carretero & Barriain (2016) que defendem que as notícias, por definição, consistem em informação que é nova. Mas o jornalismo fornece igualmente informação que não é “nova”, devendo essa ideia ficar patente.

¹ [Organização](#) sem fins lucrativos dos Estados Unidos da América, que tem como objetivo promover uma indústria jornalística inovadora e sustentável.

Estabelecidos estes conceitos e a forma como vão ser aplicados ao longo das considerações realizadas neste trabalho, retorne-se à questão indubitável da velocidade no ciclo informativo. Numa perspetiva singular de velocidade, esta sempre foi inerente ao jornalismo, visto que sempre operou em diferentes velocidades, tanto no que se refere à criação, circulação ou consumo da informação. Se o “*slow*” do *Slow Journalism*, for tido em conta pela sua noção temporal, de permitir aos jornalistas o tempo que estes necessitam, então o *Slow Journalism* está presente desde os primórdios do jornalismo (Le Masurier, 2015). Não obstante, acarreta mais algumas nuances para lá da temporal, tal como vai ser explanado ao longo do presente trabalho.

O presente relatório tem assim como objetivo o de tentar explorar este conceito de *Slow Journalism*, quais as suas características editoriais e qual a perceção que têm alguns dos jornalistas seus praticantes, tomando para isso como exemplo e como objeto de estudo um meio português, a revista *Visão*.

O trabalho encontra-se assim dividido em quatro capítulos.

Primeiramente, é feita uma breve descrição da história e da composição da revista *Visão*, assim como uma exposição e um balanço crítico relativamente à observação participante durante os seis meses do estágio curricular que conduziu à produção do presente relatório.

No segundo capítulo, com a elaboração da revisão de literatura – e partindo-se da derivação do *Slow Movement* e do *Slow Food Movement* – pretende-se tentar apresentar alguns conceitos essenciais do que é ou representa o *Slow Journalism* e, igualmente importante, qual o contributo que este pode dar ao ecossistema mediático. Importa reter que neste capítulo o objetivo não é, obviamente, o de tentar argumentar ou demonstrar que a prática de *Slow Journalism* é melhor do que a prática dos restantes tipos de jornalismo, em especial o *Fast Journalism*, mas sim tentar discernir o que é o *Slow Journalism*, para que serve, qual o seu uso e quais os seus principais contributos nas mais diversas temáticas.

O terceiro capítulo é o responsável pela exposição da metodologia adotada e o quarto pela apresentação dos resultados.

Capítulo I – A Revista Visão e o Estágio Curricular

1.1. A Revista Visão

A *Visão* é uma revista semanal portuguesa que viu a sua primeira edição publicada no dia 25 de março quando decorria o ano de 1993, e que se mantém em vigor desde então. Tendo em conta a primeira versão da revista *Sábado* (Silva, 2014) lançada em 1988 (tendo fechado em 1993, e regressado em 2004) e ainda outras publicações efémeras desse período, a *Visão* não é a *newsmagazine* mais antiga em Portugal, mas é a que detém maior longevidade.

A sua criação surgiu com a entrada do grupo suíço *Edipress* (detentor dos principais diários daquele país, *24 Heures*, *Le Matin* e *Tribune de Genève*) na *Projornal*, com 66,6% do capital. A génese da revista foi assim criada tendo por base os antigos projetos jornalísticos daquela empresa, o semanário cultural de espetáculos *Se7e* e o semanário *O Jornal*, que foi publicado durante 17 anos até 1992.

Com variadas inspirações retiradas, por exemplo, mas não só, das revistas norte-americanas *Time* e *Newsweek* e da brasileira *Veja*, um núcleo editorial liderado por José Carlos de Vasconcelos, diretor editorial do grupo, Cáceres Monteiro e Silva Pinto, discutiram projetos de organização e editoriais dos quais haveria de nascer o modelo redatorial adotado. Em termos de grafismo, a tarefa de desenhar a matriz gráfica da revista recaiu sobre os grafistas de *O Jornal*, José Pinto Nogueira e João Segurado, com o apoio do grafista suíço André Stumpgés, o qual para a época foi considerado “determinante” (Cáceres Monteiro as in Cardoso, 2014, p.432).

Em 1999 a ligação entre a *Edipress* e *Abril Controljornal* estendeu-se e integrou o grupo *Impresa* (grupo que engloba, entre outros meios, a estação televisiva *SIC* e o semanário *Expresso*), o qual passou posteriormente a ser o único proprietário da *Visão*. A *Impresa* acabou por vender o seu grupo de revistas a Luís Delgado, em 2018, surgindo assim o grupo *Trust in News*, no qual a *Visão* é o título de destaque.

Logo à época da sua criação a *Visão* tentou marcar a diferença através de alguns fatores que ainda hoje caracterizam a revista, como uma “escrita magazine”, a aposta em investigação própria visando a criação de conteúdo único, assumir a fotografia como igualmente narrativa e importante, e, a aposta na infografia, que à data em Portugal se mostrava inexplorada (Cardoso, 2014, p.436).

Desde então a *Visão* encara-se, tal como manifestado no seu [estatuto editorial](#), o qual nunca foi alterado, como uma revista semanal “de informação geral que pretende dar, através do texto e da imagem, uma ampla cobertura dos mais importantes e significativos acontecimentos nacionais e internacionais, em todos os domínios de interesse”. Tal como está explícito no referido estatuto editorial, em vigor desde 1993, a *Visão* advoga-se independente do poder político, económico ou de qualquer outro grupo de pressão ou mesmo tempo que se identifica com os valores da democracia pluralista e solidária. Regendo-se pelo cumprimento rigoroso das normas éticas e deontológicas do jornalismo, defende o pluralismo de opinião não objetando assumir as suas próprias posições, deixando claro à priori que os factos e opiniões devem ser claramente separados: “os primeiros são intocáveis e as segundas são livres”.

Estando disponível nas bancas todas as quintas-feiras, a *Visão* é, portanto, uma revista semanal de informação geral, líder de mercado durante um largo período da sua existência, mas que nos anos mais recentes se tem mantido em “confronto direto” com a revista *Sábado*, pertencente ao grupo *Cofina*, onde as duas publicações vão alternando o pódio entre si, no que em termos de circulação paga diz respeito. Segundo os dados da [APCT](#) (Associação Portuguesa Para o Controlo De Tiragem e Circulação), no primeiro trimestre de 2020 a *Visão* apresentou uma circulação paga impressa de 30167 e digital 1497, enquanto que a *Sábado* 37472 e 1693, respetivamente; no segundo trimestre os valores foram de 29500 e 2728 para a *Visão* e de 29582 e 1268 para a *Sábado*; no terceiro trimestre, 33119 e 3258 para a *Visão* e 31900 e 988 para a *Sábado*; no último trimestre os números foram de 28460 e 3229 para a *Visão* e 25248 e 1496 para a *Sábado*.

Segundo Carla Cardoso (2014, p.486) o sucesso da revista *Visão* “passa pela importância, reconhecida, que sempre deu à construção da capa”, complementando que atualmente a capa da revista, ao contrário do que sucedia nos seus primórdios, é “multi-tema” e “multi-imagem”, indo assim à procura do despertar de atenção do público variável, que pode ou não comprar a revista conforme os temas expostos sejam sedutores ou não. De facto, nos dias que correm, a capa da *Visão* é maioritariamente definida através de uma imagem única, mas regularmente marcada por várias chamadas de capa (frequentemente quatro ou cinco).



Figura 1. Exemplo de uma capa da Visão, correspondente à edição 1428 (relativa ao período entre 16/07/2020 até 22/07/2020)

Atualmente² a revista *Visão* costuma ter, por norma, 115 páginas, que se desdobram em cinco secções. A primeira secção denomina-se **Radar**, e divide-se por sua vez em várias categorias. *Raios X* (onde é analisado, estatisticamente, um determinado tema); *A Semana em 7 Pontos* (onde consta uma página de análise de um certo assunto marcante da semana por parte de Mafalda Anjos ou Rui Tavares Guedes, diretora e diretor-executivo da *Visão*, respetivamente; assim como um número e frase marcantes, sendo sucintamente explicados e outros temas sucintos que pautaram a agenda mediática semanal); *Holofote* (que incide sobre uma determinada personagem da atualidade); *Inbox* (onde são agrupadas algumas das frases mais notáveis proferidas durante a semana); *Almanaque* (que contempla, por norma mas nem sempre, os números que marcaram a semana e outras informações diversas); *Transições* (onde é feito um “levantamento” das figuras públicas que faleceram nessa semana e outras mudanças, como a de um nome de clube ou quem ganhou um determinado prémio); *Próximos Capítulos* (onde são elencados acontecimentos que aparentam estar apenas no início e que vão sofrer desenvolvimentos e onde consta também o Periscópio que agrega

² Janeiro, 2021.

situações caricatas decorrentes dessa semana); e *Imagens do Mundo* (um agrupamento de imagens marcantes da semana, acompanhadas de breves legendas). *Focar*, que se debruça e, tal como o nome indica, foca determinados assuntos da atualidade. *Vagar*, a secção de cultura que se divide, também por sua vez, mas não como regra fixa, nas categorias de *Pessoas e Tendências*. *Visão Sete*, um “suplemento” sobre cultura e *lifestyle*. *Opinião*, evidentemente com artigos de opinião repartidos ao longo da extensão da revista. Os grandes temas não constam agregados em nenhuma secção, sendo “independentes”, e pautam-se por, na sua maioria, integrarem os “géneros nobres” do jornalismo, como investigações, reportagens ou grandes entrevistas a personagens de elevado relevo, como a entrevista ao primeiro-ministro português, António Costa, na edição nº.1430. A primeira página da revista, após o índice, é dedicada aos espaços *Linha Direta*, onde se contacta “diretamente” com o leitor de uma forma descontraída sobre a *Visão* e as suas publicações adjuntas, e *Correio do Leitor*, coluna reservada às opiniões dos leitores. Em todas as edições figura sempre, no início da revista (p.10), uma entrevista em formato de pergunta e resposta.

A redação principal da *Visão* localiza-se em Paço de Arcos, no edifício Fernão de Magalhães da rua Fonte da Caspolima, contando ainda com uma delegação norte, em Matosinhos. Além do site da revista, no domínio do digital e, mais em concreto, nas redes sociais, a publicação marca presença assídua no [Facebook](#), onde conta, ao dia 27 de janeiro de 2021, com cerca de 559 mil ‘gostos’, está presente no [Instagram](#) onde é seguida por cerca de 177 mil utilizadores e ainda no [Twitter](#), espaço acompanhado por aproximadamente 132 mil seguidores. No que diz respeito ao uso destas redes, a *Visão* utiliza essencialmente o Facebook e o Twitter como meio de partilha dos seus artigos online, aproveitando a capacidade de longo alcance e de acesso rápido através de links que estas redes sociais permitem, sendo que o Facebook é igualmente utilizado para a transmissão em direto. Já no que toca ao Instagram, as publicações prendem-se sobretudo com fotos de elevada qualidade, acompanhadas de breves textos informativos que elucidam levianamente os internautas sobre determinado tema, para no fim os “reencaminhar” para o site da *Visão* a fim de encontrarem a informação completa. Estas utilizações divergentes devem-se, provável e logicamente, às diferentes potencialidades das redes sociais.

Além da *Visão* “revista mãe”, atualmente³ existem também as revistas *Visão Júnior* (única revista de grande informação no panorama português dirigida a crianças e jovens), *Visão História* (revista bimestral evidentemente dedicada exclusivamente a assuntos históricos, em que cada edição se dedica a um único tema), *Visão Saúde* (título bimestral sobre saúde, medicina e investigação dentro da área temática) e *Visão Biografia* (pretende, trianualmente, dar a conhecer as grandes figuras históricas portuguesas ou internacionais). Além disso, dentro de cada edição da *Visão* consta um “suplemento” a *Visão Se7e*, que reúne temas culturais e de lifestyle, detendo também um microsite associado ao principal da *Visão* (<https://visao.sapo.pt/visaose7e/>), tal como detém igualmente a *Visão Júnior* (<https://visao.sapo.pt/visaojunior/>) e a *Visão Saúde* (<https://visao.sapo.pt/visaosaude/>). A *Visão*, à data do presente escrito em janeiro de 2021, aposta na nova tendência da criação de conteúdos em formato áudio, realizando dessa forma dois podcasts: *Olho Vivo*, um programa de comentário da atualidade política e económica a nível nacional e mundial (por volta de 60 minutos), e *Irrevogável*, podcast semanal de entrevistas políticas com alguns dos protagonistas que marcam a agenda e o debate público (cerca de 40 minutos).

A equipa da *Visão*⁴ é liderada por Mafalda Anjos, como diretora, Rui Tavares Guedes como diretor-executivo, Sara Belo Luís como subdiretora, Catarina Guerreiro e Filipe Luís como editores-executivos. Como editores, a publicação conta com Alexandra Correia (Sociedade), Clara Cardoso (Online), Filipe Fialho (Mundo), Inês Belo (VISÃO Se7e), João Carlos Mendes (Grafismo), Manuel Barros Moura (Radar) e Pedro Dias de Almeida (Cultura), enquanto que José Carlos de Vasconcelos ocupa o cargo de Conselheiro Editorial. Organizacionalmente, a *Visão* tem redatores principais e grandes repórteres, sendo eles Cláudia Lobo, José Plácido Júnior, Miguel Carvalho e Rosa Ruela, enquanto que na redação figuram os nomes de André Moreira, Carmo Lico (Online), Cesaltina Pinto, Clara Soares, Clara Teixeira, Florbela Alves (Coordenadora VISÃO Sete/Porto), Joana Loureiro, Luísa Oliveira, Luís Ribeiro (Coordenador Ambiente), Margarida Vaqueiro Lopes, Mariana Almeida Nogueira, Nuno Aguiar, Paulo C. Santos, Paulo Zacarias Gomes, Rita Rato Nunes, Rui Antunes, Rui Barroso, Sandra Pinto, Sara Rodrigues, Sara Santos (Redes sociais), Sílvia Caneco, Sílvia Souto

³ Janeiro, 2021.

⁴ Conforme disposto na ficha técnica da edição n.º1453 da *Visão* (7/1/2021 a 13/1/2021), correspondente ao último número publicado antes do término efetivo do período de estágio.

Cunha, Sónia Calheiros, Susana Lopes Faustino, Susana Silva Oliveira, Teresa Campos e Vânia Maia.

1.2. - O Porquê da Escolha pela *Visão*

De modo a concluir o mestrado em Jornalismo na NOVA FCSH surgia diante de mim uma primeira decisão relativamente à componente não curricular: a de escolher entre realizar um Estágio com Relatório, uma Tese de Dissertação ou um Projeto Profissional. Embora, por não ter nenhuma ideia até ao momento que considerasse que valesse a pena, tivesse descartado rápida e facilmente a opção do projeto, persistiu durante algum tempo a dúvida entre realizar um estágio, onde além do mais adquiriria experiência, ou embrenhar-me profundamente numa tese de dissertação sobre um tema do meu agrado.

A escolha acabou por pender sobre a realização de um estágio, que me permitiria começar a ganhar a tão famosa quanto quase-mística “tarimba jornalística”. O facto de me ter apercebido que, independentemente do tipo e local de estágio, poderia abordar um tema “à minha escolha”, pesou também, e bastante, na decisão.

Primeira escolha: concluída. Emergia assustadoramente a segunda, a do local de estágio.

Praticamente logo desde o início, descartei a rádio para a qual, com a experiência inerente à licenciatura em Ciências da Comunicação na Universidade da Beira Interior (UBI), sempre achei que não tinha voz nem vocação, embora goste de deixar as portas apenas encostadas, ao invés de fechadas. A escolha recaía entre um meio de comunicação escrito ou um meio audiovisual, vulgo, televisão. Se relativamente à primeira se vislumbrava uma oportunidade de fazer efetivamente o que mais gosto, escrever, em relação à segunda as perspetivas e expetativas figuravam mais abrangentes e aliantes para um futuro profissional. Para cada uma das opções tinha já também meios de comunicação magicados, a *Visão*, a *Sábado* e o *Público*, a *RTP* e a *SIC*.

Optei pela escrita. É que já dizia o escritor Henry Miller, “Viver os seus desejos, esgotá-los na vida, é o destino de toda a existência”, e enquanto eu puder optar e esgotar a escrita no meu percurso, assim farei. Ficou afastada a hipótese de um estágio em televisão, até porque, através de relatos pessoais de amigos e conhecidos, ficou evidente

que em muitos dos estágios em estações de televisão, faz-se de tudo menos televisão propriamente.

Entre a *Visão*, a *Sábado* e o *Público*, a escolha foi mais acérrima. No *Público*, o meu jornal diário de eleição e que, na minha (humilde) opinião, figura no cimo do pódio nacional de boas práticas jornalísticas e (também consequentemente) de bom jornalismo, a possibilidade de ganhar a estaleca jornalística, que se ganha numa redação de um jornal como o *Público*, aparecia em grande destaque. Por outro lado, agigantava-se em mim o receio de correr o “risco” de me colocarem numa secretária a “bater tecla”, sem a possibilidade de vivenciar o que o jornalismo deve ser: procuras, perguntas, investigações, escritas. No que toca à *Visão* e à *Sábado*, revistas semanais, este risco prefigurava-se-me menor e a oportunidade de escrever e preparar artigos com mais calma e mais acompanhamento preconizava-se mais exequível tendo em conta a periodicidade distinta em relação a um jornal diário como o *Público*, da mesma forma que um estágio numa *newsmagazine* semanal perfilava mais adequadamente com a crescente crença pessoal de que o jornalismo deve abrandar. A existência de um fator relacionado e preponderante, o de já ter uma ideia do tema para abordar no relatório - *Slow Journalism*, um tema que já me suscitava interesse a algum tempo – ajudou igualmente na decisão. Sobre uma das revistas recairia a decisão, a qual, devido a uma maior identificação com os critérios editoriais e as práticas jornalísticas, acabou por ser a *Visão*.

Já com a escolha feita, tanto em mente como em espírito, desenhou-se perante os meus olhos um novo receio: a chegada da pandemia provocado pelo novo coronavírus, além de muitas outras consequências porventura muito mais funestas, estava a ditar a não receção de novos estagiários por parte dos órgãos de comunicação social. Mantive o meu requerimento de estagiar na *Visão*, caso fosse possível, já com a ideia de o manter até ao último dia do prazo, onde caso ainda não tivesse sido aceite mudaria a opção para uma dissertação acerca do mesmo tema (*Slow Journalism*).

Felizmente acabou por não ser necessário, e agradeço desde já à *Visão* pela oportunidade, ainda para mais numa altura tão incerta com a que era vivenciada então, embora o ligeiro alívio experienciado na altura (maio 2020). Para minha surpresa, foi-me proposto, após entrevista em videochamada, que, em vez de três meses como seria de esperar, o estágio tivesse a duração de seis meses, o que aceitei, tendo estagiado entre 13 de julho e 12 de janeiro na secção de Cultura (também conhecida como Vagar) e na *Visão* Se7e.

1.3. - O (início do) estágio

Precisamente devido à situação pandémica vivenciada, ficou desde logo acordado que o estágio seria realizado numa primeira fase em regime de teletrabalho “e que depois logo se via”.

Não detinha propriamente um horário fixo. Estava subentendido, ou em teoria, que o horário era entre as 10h e as 18h, mas, e também devido ao regime de teletrabalho, a agenda de trabalho funcionava um pouco em função do surgimento de matérias a tratar e de tarefas a desempenhar.

Em termos de objetivos manifestaram-se como mais óbvios o de compreender, intrinsecamente, como funciona uma redação de tamanho considerável, tanto ao nível do digital como do físico e desenvolver as minhas competências jornalísticas, não só ao nível de redação e elaboração de conteúdos, como do restante trabalho inerente e metodologicamente jornalístico, a procura pela informação, estabelecimento de contactos e realização de entrevistas, a título de exemplo.

No que toca ao trabalho propriamente dito, colaborei na redação e produção de artigos para a secção de Cultura e para a Visão Sete, tanto a nível da plataforma online como para a revista em papel. Realizei também algumas entrevistas, reproduzidas quer em formato pergunta e resposta quer em texto corrido. Por vezes fui o responsável pela construção do quiz, que surge na secção de jogos no fim da revista.

Fui acompanhado principalmente pela Inês Belo (editora da Visão Sete) e pela Florbela Alves (coordenadora VISÃO Sete/Porto), Pedro Dias de Almeida (editor de Cultura) e Sílvia Souto Cunha (Cultura).

Logo desde o início foi-me solicitado um email institucional, acesso ao *back office*, onde se publica diretamente para o site – dentro deste aspeto agradei bastante a minha experiência anterior no site informativo Espalha-Factos e no jornal digital regional mediatejo.net, onde a plataforma usada como back office era a mesma e consequentemente o funcionamento e usabilidade, estando eu mais à vontade sem me ter sido necessário explicarem, o que inclusive foi notado - e acesso ao *Content Station*, onde se inserem os conteúdos para a revista, aqui sim, novidade e onde precisei de alguma ajuda sobre o seu funcionamento. Fiquei surpreendido, positivamente, com a praticidade do sistema, no qual é possível ver todas as edições da revista *Visão* (e dos outros títulos da marca) e visualizar a revista na integridade, tal como vai ser impressa. A inserção de conteúdo é assim feita, editando as caixas de

texto (títulos, subtítulos, texto principal etc.) já previamente colocadas, sendo possível ir visualizando constantemente como vai ficar na revista, algo que se me revelou bastante prático e eficiente.

Os meus dois primeiros trabalhos foram para o online e para a revista, nesta ordem. Comecei por fazer um artigo para a versão online da *Visão Se7e*, a 14 de julho 2020, sobre a então nova edição do Festival Jardins Abertos⁵, para o qual falei com um elemento da organização. Como segunda incumbência fiz um artigo também para a *Visão Se7e*, mas desta vez na revista impressa, sobre o novo Museu Berardo, em Estremoz, integralmente dedicado à azulejaria, tendo para o efeito contactado com o coordenador da Coleção Berardo⁶. Tive, assim, logo desde o início a oportunidade de escrever tanto para a edição online da revista como para a sua edição impressa, o que me permitiu começar desde logo a adquirir aprendizagens e conhecimentos em/sobre ambas as vertentes. Ficou assim também desde logo patente que os contactos a serem realizados para a construção dos artigos seriam variados, de modo a confirmar e obter mais informação, tirar dúvidas, obter declarações, balanços e expectativas (principalmente tendo em conta que quase todos os trabalhos foram na secção de cultura, em volta de espetáculos, exposições, livros etc.).

Em termos de temas a ser abordados, foram maioritariamente sugeridos pelos editores, enquanto outros foram autopropostos.

No que toca à secção de Cultura, os trabalhos que desenvolvi foram praticamente na totalidade para a revista impressa e sobretudo para a subsecção “Pessoas”, onde me o meu trabalho foi principalmente baseado em entrevistas próprias feitas a profissionais da cultura, à exceção de casos internacionais, como ocorreu, a título de exemplo, com o artigo “Neil Young: Deixa-me em paz, Trump”, acerca do processo que o músico Neil Young avançou na altura contra Trump pelo uso sem consentimento de obras suas nas campanhas políticas do magnata⁷.

Igualmente no que se refere à *Visão Se7e* online e que considero digno de nota, editorialmente é bastante apreciado, e pelo que me foi dado a perceber “funciona muito

⁵ <https://visao.sapo.pt/visaose7e/sair/2020-07-14-jardins-abertos-nos-proximos-dois-fins-de-semana-ha-visitadas-e-passeios-gratis-aos-jardins-de-lisboa/>

⁶ Edição n.º 1429 (23/7 a 29/7/2020). O artigo foi posteriormente colocado no site: <https://visao.sapo.pt/visaose7e/ver/2020-07-24-museu-berardo-estremoz-o-que-nos-dizem-os-azulejos/>

⁷ Edição n.º 1434 (27/8 a 2/9/2020).

bem”, fazer artigos em formato de lista, pelo que fiz vários dentro deste género, como por exemplo “7 concertos a não perder na nova temporada da Orquestra Metropolitana de Lisboa”⁸, “Lisboa na Rua: 7 coisas a não perder em agosto e setembro na cidade – tudo grátis”⁹ ou “6 (bons) documentários para ver antes das eleições nos EUA”¹⁰.

1.4. – A continuação do estágio

O restante decorrer do estágio baseou-se praticamente nesta mesma medida exposta acima. Os artigos por mim elaborados eram sempre revistos pelo respetivo editor da secção a que o artigo pertencia. Quando as alterações eram mínimas, o editor publicava o artigo sem me dar o seu parecer ou dispensando apenas umas breves palavras, contudo, quando eram necessárias alterações mais profundas, transmitia-me as indicações necessárias para que eu atuasse em conformidade e modificasse o artigo.

Considero que, devido ao regime de teletrabalho, perdi muito da relação humana e de redação. A dificuldade foi acrescida pelo facto de a minha zona de residência ser na freguesia de Praia do Ribatejo, freguesia do concelho de Vila Nova da Barquinha, enquanto que a redação da *Visão* está localizada em Paço de Arcos, Oeiras. Além da distância em relação à redação propriamente dita, foi igualmente determinante a distância em relação a Lisboa, local respeitante à esmagadora maioria dos artigos por mim realizados. Quando surgia matéria para eu tratar, ou me mandavam email ou contactavam por telemóvel para me darem conta do efeito e uma breve explicação do que era pretendido. Depois tratava de realizar o trabalho, contactando as devidas pessoas envolvidas no assunto em questão, pedia mais informações, entrevistas, materiais, e, informando o respetivo editor, deixava o artigo como rascunho no back office ou no content station: basicamente, puro jornalismo de secretária. Penso que seja inequívoco, e sem serem necessários acrescidos alongamentos nas explicações, que a distância retira, e retirou, uma enorme parte da experiência e aprendizagem que o estágio deve conferir.

⁸ <https://visao.sapo.pt/visaose7e/ver/2020-09-19-7-concertos-a-nao-perder-na-nova-temporada-da-orquestra-metropolitana-de-lisboa/>

⁹ <https://visao.sapo.pt/visaose7e/sair/2020-08-11-lisboa-na-rua-7-coisas-a-nao-perder-em-agosto-e-setembro-na-cidade-tudo-gratis/>

¹⁰ <https://visao.sapo.pt/visaose7e/tv/2020-10-30-5-bons-documentarios-para-ver-antes-das-eleicoes-nos-eua/>

E a verdade é que a maioria do tempo de estágio decorreu, efetivamente, nestes moldes, salvo uma breve altura propiciada pelo suavizar das medidas restritivas decorrentes da pandemia e em que me foi possível estar fisicamente na redação, sensivelmente um mês, entre outubro e novembro, o que na prática se traduziram em duas semanas, uma vez que os profissionais da *Visão* estavam divididos em dois turnos, correspondentes a uma semana de trabalho, de modo a existirem menos cruzamentos e menos pessoas ao mesmo tempo no local. A experiência foi totalmente diferente, a todos os níveis. Relembrando que o estágio teve início em julho, foi só em outubro que conheci pessoalmente os profissionais da *Visão* e que pude, realmente, vivenciar a experiência de redação, e nessa altura (ainda) não sabia que seria por tão pouco tempo.

O trabalho realizado em redação acaba por ser muito mais dinâmico do que através de teletrabalho, uma vez que, tendo por perto os elementos da secção, tal como outros profissionais da *Visão*, qualquer dúvida que surgisse era esclarecida em tempo real. As sugestões são também elas recorrentes tal como a troca de contactos. Mas de sobremaneira, o fator que considerei realmente mais positivo com a ida física para a redação foi a possibilidade de sair da secretária e fazer “trabalho de campo”, ir presencialmente aos sítios, contactar e entrevistar diretamente as pessoas, ver os assuntos ao vivo, como sucedeu com as idas e posteriores elaborações de artigos, como sucedeu, a título de exemplo, com o artigo publicado na primeira semana de novembro 2020, sobre a nova Biblioteca de Alcântara, integrada na Rede de Bibliotecas Municipais de Lisboa¹¹.

Neste ponto, torna-se relevante admitir mas também meditar sobre a relativa dificuldade com que me defrontei na altura de escrever sobre estes assuntos que verdadeiramente presenciei. Devido ao hábito recorrente da realização de um jornalismo de secretária, revelou-se um pouco complicado libertar-me dessa escrita já modelada, “pré-fabricada” (assunto abordado na revisão de literatura do presente relatório), e demonstrar que estive no local. Relativamente a esta questão considero também pertinente referir o facto de, ao serem artigos destinados à revista impressa, o espaço disponível ser muito reduzido, obrigando-me a ser bastante sintético, sob pena de deixar informação valiosa e/ou importante de fora, o que de facto acontece de qualquer das maneiras, invariavelmente.

¹¹ Edição n.º 1444 (5/11 a 11/11/2020).

Mas, mesmo com a maioria a ser trabalho de secretária, este não consistiu em pura reciclagem de comunicados de imprensa, como ordinariamente acontece no jornalismo, o trabalho não se baseava na prática de *churnalism*¹², pelo menos de uma maneira direta ou “pura e dura”. Não considero hipocritamente que não tenha sido praticado, mas pelo menos o trabalho desenvolvido, e que assim me foi pedido, fez-se quando menos um pouco além disso. Era aproveitado conteúdo dos comunicados de imprensa, indubitavelmente, mas este era sempre em todo o caso complementado com pesquisa e pedidos de mais informação, esclarecimento e/ou declarações de entidades responsáveis. Embora a *Visão* pratique a publicação de artigos provenientes da agência de notícias *Lusa*, em nenhum caso me foi solicitado ou sequer sugerido que tratasse de artigos da *Lusa*, nem algo relacionado.

No que toca à edição física, ou impressa, da revista, o espaço acaba por ser bastante condicionado, e logo distribuído e restringido à partida em reuniões editoriais não havendo “lugar” para a maioria (totalidade) das ideias e/ou sugestões que se abrilhantassem na minha ideia. Neste ângulo, a receptividade para sugestões sempre foi grande, desde logo o início que fui posto à vontade nesse aspeto, contudo a receptividade não condisse com aceitação.

O espaço na revista acaba também por ser muito limitado, como é por demais evidente, o que por vezes acaba por ser realmente frustrante, mas onde os papéis da síntese e do selecionar o que é verdadeiramente mais importante ganham relevo, tal como me avisou logo a Sílvia Souto Cunha ao confiar-me a minha primeira entrevista¹³ na *Visão* (ao realizador Vicente Alves do Ó, a propósito do lançamento do seu filme “Golpe de Sol” nos cinemas a 13 de agosto): “há que ser bastante conciso para obter o máximo de informação nos caracteres disponíveis e resistir à tentação de fazer muitas (demasiadas) perguntas à pessoa - depois não cabe, é uma frustração e cortar é trabalhoso”.

Aproveitando o balanço do exemplo dado, isto revela-se como efetivamente desencorajador no que toca às entrevistas, quando os entrevistados oferecem muito sumo, mas onde se pode aproveitar tão pouco. Mesmo que se saiba aproximadamente à priori qual o espaço dedicado à entrevista e se resista à tentação de fazer muitas

¹² Termo e conseqüente temática abordados na revisão de literatura do presente relatório, relativos ao jornalismo onde os artigos são criados através de press releases e conteúdos fornecidos por agências de notícias e/ou de comunicação.

¹³ Edição nº1432 (13/8 a 19/8/2020).

perguntas, limitando o seu número, fica sempre a amargura de invariavelmente se excluir muitas (e valiosas) informações/declarações. Isto foi manifesto para mim através de todas as entrevistas que fiz, mas, em especial a que realizei ao escritor Nuno Nepomuceno acerca do seu novo livro, já perto do meu último dia de estágio. Após a entrevista com o autor, tive de reduzir a informação obtida a uma parca coluna¹⁴.

1.5. - Balanço

Em termos de balanço, embora todas as inegáveis e significativas condicionantes e limitações inerentes à crise sanitária envolvente, este é sempre positivo a nível profissional e de aprendizagem, dos conhecimentos que aprendi, métodos de trabalho que desenvolvi. No final, além de colaborações com outros artigos, produzi 38 artigos para o site da *Visão*, 14 para a revista, de diferentes formatos e tamanhos, e 3 *quizzes* também para a revista.

A experiência foi também positiva pelos profissionais da *Visão* que me foram dados a conhecer, ainda que de forma bastante superficial. A *Visão*, pelo que me foi possível aferir, tem um bom método e organização de trabalho, com o qual aprendi no que toca a “rotinas jornalísticas”, por assim dizer, e pelo alinhamento e cumprimento de trabalho e prazos. O funcionamento em equipa pareceu-me coeso, principalmente dentro das respetivas secções o que é perfeitamente natural, com o qual (re)aprendi que o trabalho em equipa é sempre mais rentável.

(Re)aprendi também valores jornalísticos, onde, além de muitos outros, me foi sobretudo requerido, e dessa maneira cimentado nas minhas apetências, que presenteasse o leitor com o máximo de rigor e informação o mais completa e confirmada possível, nem que para isso se revelasse necessário confirmar dez vezes com as fontes. Tal como me foi dito no decorrer do estágio, “por vezes temos de nos fazer de tolos para que nos expliquem tudo tintim por tintim, para que depois também o possamos fazer junto dos leitores”.

A secção em que realizei o estágio, a de cultura, não foi no entanto a mais profícua em termos de possibilidades para o desenvolvimento de artigos relacionados com o tema desta investigação, o *Slow Journalism*. O trabalho jornalístico que desenvolvi baseou-se bastante em relatar espetáculos artísticos que iam entrar em cena, a realização de festivais ou concertos, principalmente no que se refere ao online. No

¹⁴ Edição nº1453 (7/1 a 13/1/2021)

entanto, esta secção na qual estagiei foi também particularmente desafiada com a pandemia, na medida em que a cultura foi, em grande medida, suspensa. Muitos festivais ficaram por realizar, diversos concertos, teatros, espetáculos, não subiram a palco, muitas exposições não chegaram a ver a luz do dia, e com isso, perderam-se muitos temas e muito do conteúdo que poderia ser abordado e da informação que poderia ser tratada

É claramente notável uma preferência relativamente à revista, a qual tem um tratamento diferenciado. Ademais, pelo menos em relação aos temas com que trabalhei (cultura e *lifestyle*) muitas vezes o conteúdo que vai para o site é o que “não cabe” na revista. Penso que a aposta no online por parte da *Visão* é bastante diminuta, baseando-se praticamente de uma forma exclusiva na publicação de conteúdos menores e/ou que não cabem na revista (por não terem relevância suficiente quando comparados com outros temas), ou publicando posteriormente, em género “copy-paste” e sem alterar nada do seu conteúdo, artigos que já saíram na revista, não aproveitando desta forma as potencialidades que o online tem para oferecer. Este facto pode-se dever à génese originária da *Visão*, que tem na revista impressa a sua história e “bem maior”.

Na realização dos artigos foi possível, embora sempre adstrito aos próprios critérios e linhas editoriais da *Visão*, colocar em prática os conhecimentos e ensinamentos tanto aprendidos na licenciatura de Ciências da Comunicação como no presente mestrado em Jornalismo. Neste campo, foi sobretudo proveitoso a tentativa não de apenas redigir os artigos de uma maneira jornalisticamente irrepreensível, o que é imperioso e bastante focado nas componentes letivas suprarreferidas, mas de conseguir aliar isso a uma escrita apelativa e incentivadora na perspetiva da leitura por parte do público em geral. Fui por vezes chamado à atenção para este facto: não era que estivesse errado, apenas tinha de conseguir escrever o mesmo mas de forma mais apelativa e menos maquinal.

O estágio foi bastante frutífero no campo dos conhecimentos, diga-se assim, e no facto de me ter feito ir atrás da informação, pedir para falar com as pessoas responsáveis por determinado acontecimento ou assunto, tendo de passar pela maior ou menor permeabilidade das agências de comunicação. Num quadro geral, estas eram definitivamente afáveis e prestáveis, mas ficou para de mais evidente que muitas vezes atrasam bastante a produção do conteúdo jornalístico: entre estabelecer o contacto com o agente de comunicação, este contactar a determinada pessoa com quem se pretende falar e voltar de novo ao contacto para dizer quando a pessoa pode, vai-se perdendo

tempo. Não obstante, é através destas que se adquirem materiais extra para complementar e consolidar os conteúdos. Um ponto bastante positivo no estágio foi o de ter a total liberdade, sem restrições, para entrevistar profissionais da cultura para a posterior redação dos artigos e o desafio inerente de, muitas vezes, (ter de) ser eu próprio a arranjar os seu contactos e de construir essas pontes.

Um ponto que considero como bastante valorizado pelos estagiários em jornalismo, na medida em que é uma experiência palpável que têm no (e para o) mercado de trabalho da área, é a assinatura das peças. Tanto na revista como na *Visão* online, desde o primeiro ao último dia, em todos os artigos por mim produzidos constou a minha assinatura, algo que agradeço à *Visão* e respetivos responsáveis. Isto principalmente tendo em conta que sei, por amigos e conhecidos meus na área, que isso muitas vezes não acontece noutros órgãos de comunicação, algo que considero como extremamente incorreto de ser praticado e que devia ser analisado e corrigido pelas entidades competentes, de forma a combater-se esta prática recorrente da não-valorização do trabalho desenvolvido em períodos de estágio, etapa fulcral para os futuros profissionais da área, a qual por si mesma já é tão complicada e intrincada por sinal.

Capítulo II – O *Slow Journalism* e o seu contributo para o ecossistema mediático

2.1 - *Slow Movement(s)*

Numa era em que a digitalização, a par da globalização, veio ditar profundas reformas nas normas e vivências sociais, com uma notável, reconhecida e crescente velocidade análoga a todos os aspetos das vidas pessoais, começou a ser pensado que era preciso promover a capacidade e o desejo de nos movermos a diferentes velocidades no nosso quotidiano e nas diferentes relações sociais (Craig, 2016), sendo exatamente a solução para o problema exposto o abrandamento: “Slowness provides us with respite from the pressures of ‘fast life’, offering us opportunities for revival and critique” (p. 464).

Como resposta surgiu, assim, o *Slow Movement* que, numa perspetiva geral e abrangente, pretende refrear o ciclo acelerado em que a sociedade se encontra e de se começar, cultural e socialmente, a experienciar verdadeiramente e a saborear as diversas coisas da vida: “Trata-se de usufruir de bons momentos, sentir e viver cada fase, permitir-se fazer aquilo que a cada um mais realiza e dar o devido tempo a cada coisa”, sustenta a Associação Slow Movement Portugal¹⁵. Carl Honoré, atual “porta-voz” desta corrente de pensamento, com livros publicados sobre o movimento e orador de Ted Talks (conta com mais de três milhões de visualizações no vídeo da sua conferência em 2005), tem publicado no seu site pessoal que o *Slow Movement* é uma revolução cultural: “A reaction against the diktat that faster is always better.” O *Slow Movement* alega que um modo de viver “lento”, em toda a sua amplitude, envolvendo o tempo necessário às nossas práticas, facilita não só o desenvolvimento pessoal como também uma orientação ética no que toca a outras pessoas, sítios e tempos (Craig, 2016).

Na origem deste movimento estiveram os protestos de Carlo Petrini e um grupo de ativistas, iniciados nos anos de 1980, contra a homogeneização da culinária regional. O ponto alto dos protestos dá-se em 1986 com a abertura de um restaurante McDonald’s em Roma, o que levou numa primeira fase à emancipação do movimento *Slow Food*, que foi oficialmente fundado em Paris (1989), com a assinatura do seu manifesto e que,

¹⁵ A [Associação Slow Movement Portugal](#) é uma ONG (organização não governamental), evidentemente portuguesa, sem fins lucrativos e que se enquadra com os valores do Slow Movement, pretendendo difundir e aplicar na prática os princípios defendidos pelo movimento. Teve início em 2009.

atual e sucintamente, vislumbra um mundo no qual todas as pessoas tenham acesso e possam aproveitar comida que seja boa para elas, para quem a produz e para o planeta.

O movimento *Slow Food* baseia-se em três princípios fundamentais (Gess, 2012, p.58), que, como será visto mais adiante nestas considerações, podem ser analogamente refletidos no jornalismo: **Good**, definido como “a fresh and flavoursome seasonal diet that satisfies the senses and is part of our local culture”, **Clean**, entendido como a “food production and consumption that does not harm the environment, animal welfare or our health”, e **Fair**: “accessible prices for consumers and fair conditions and pay for small-scale producers”. Este movimento é, portanto, sobre valorizar tudo o que está verdadeiramente relacionado com a comida, desde os produtores, a forma como esta é produzida e selecionada, a sua confeção, as sensações e até o convívio associado ao seu consumo (Craig, 2016).

A origem do movimento *Slow Food* conduziu, portanto, à noção mais geral do *Slow Movement*, que advoga um viver mais lento e que, entretanto, se expandiu para as mais diversas áreas, incluindo o jornalismo: “A cultura *slow* é arranjo cultural, político, social, económico e comunicacional para o surgimento do jornalismo lento, na medida em que sedimenta bases para a criação do movimento *Slow Media*” (Prazeres, 2018, p.135). É entendido que, tal como com a comida, também o jornalismo se tornou atualmente num produto homogeneizado, produzido por um número constantemente decrescente de trabalhadores, destinado a ser rapidamente consumido por pessoas que não dispõem de tempo para saborear o produto (Gess, 2012). Na sua comparação, Harold Gess alega mesmo que “Fast journalism may be as unmemorable in its content and the experience of consuming it, as fast food is” (2012, p.57).

Por conseguinte, também o *Slow Journalism* combina uma grande variedade de nuances, conceitos e significados que se repercutem na área, tanto entre os profissionais como entre o público, e nos mais variados aspetos sociais, com todas as implicações individuais e sociais que daí advêm.

A questão que se impõe, tal como Le Masurier (2015) oportunamente levantou, é a de o que é que a filosofia *Slow* pode oferecer às práticas jornalísticas.

2.2. – O Problema da Rapidez da Informação

“We live in a world in which there are far too many stories chasing far too few eyeballs.” (Byrne, 2008)

Se são vividos tempos alucinantes em termos de rapidez generalizadamente na sociedade, no que à produção e disseminação de informação diz respeito não é diferente. Segundo a oitava edição do estudo [Data Never Sleeps](#) (2020), da empresa norte-americana de software, Domo, em apenas um minuto, os utilizadores enviam 41.666.667 mensagens no Whatsapp e 150.000 no Facebook Messenger, fazem o upload de 500 horas de vídeo na plataforma YouTube e assistem 404.444 horas de conteúdos na Netflix, realizam 69.444 candidaturas de emprego através do LinkedIn, e efetuam 319 novos registos na rede Twitter. Estes dados, segundo a empresa, representam um crescimento contínuo ao longo dos anos.

Esta ponderação revela-se como verdadeira, historicamente falando, existindo, por norma, uma crescente evolução na velocidade a par do avançar do tempo, da tecnologia e da própria humanidade, onde a transmissão de informação e, neste contexto, o jornalismo tenta continuamente diminuir as barreiras erguidas pelo espaço e pelo tempo: “O jornalismo, enquanto prática social que se relaciona com as tecnologias enquanto ferramentas, ambientes e repertório, é indexado por esta velocidade que reconfigura a sua produção, distribuição, receção, bem como seus ciclos e suas estruturas mercadológicas” (Prazeres & Ratier, 2019, p.91).

Este facto, embora se venha continuamente a acentuar e ao contrário do que por vezes se considera, não é próprio de agora: “The frequency at which information is produced, distributed and consumed is reaching dizzying speeds since the hegemony of the 24-hour news cycle began in the early 2000s” (Pedriza, 2017, p.130). O surgimento da rádio e, posteriormente, da televisão, permitiram que o jornalismo adquirisse valores cada vez mais expressivos no que se refere à imediatidade, mas também relativamente à frequente descontextualizada narração do presente (Carretero & Bariain, 2016, p.522). Esta tendência não se alterou com o surgimento da Internet e não adquiriu um incremento significativo com o nascimento desta ferramenta. Houve, sim, uma aceleração com o advento da Web 2.0, momento em que a Internet, para lá de um lugar onde despejar conteúdo, começou a ser encarado como um ambiente de participação e interação, sendo por isso também designada como Web Social (Katerelos & Tsekeris, 2012). Isto, evidentemente ditou consequências que se fizeram sentir no campo do

jornalismo levando mesmo a uma disrupção do universo noticioso que desagregou os leitores dos órgãos de comunicação (Anderson, Bell & Shirky, 2012). Todavia o grande catalisador da aceleração e imediatidade, que fez com que a informação passasse a ser disseminada muito mais rapidamente do que demora a ser gerada (Harro-Loit & Josephi, 2020), foi o surgimento das redes sociais, que se tornaram num influente meio de entrega de notícias (de última hora) em tempo real, e que permitem em larga escala a referida interação que veio revolucionar o uso da internet (Carretero e Barriain, 2016), e que tem inclusive cada vez mais peso no trabalho desenvolvido pelos jornalistas, que cada vez mais trabalham a partir e em prol das redes sociais (Cohen, 2019).

A informação que consumimos, incluindo (e principalmente) a jornalística, é, portanto, cada vez mais digital, ubíqua e superficial. Os desenvolvimentos tecnológicos permitem que os jornalistas publiquem o seu trabalho quase instantaneamente. Assim que os profissionais obtêm a informação podem transmiti-la ao público, tendo inclusivamente a possibilidade de a alterar mais tarde, o que acontece frequentemente, num fenómeno onde as notícias continuamente se transformam em “what we know now” (Saltzis, 2012, p.704).

Obviamente que a questão da velocidade é um fator essencial para a produção noticiosa, funcionando como valor-notícia e sendo vista, principalmente a seguir ao advento das novas tecnologias, como um dos principais aspetos a ser tidos no que toca à reputação de um órgão de comunicação, e à sua relação com o público e (eventuais) apoiantes financeiros (Prazeres, 2018).

Esta velocidade varia evidentemente consoante o tema a ser tratado, e os jornalistas têm de ser dotados dessa flexibilidade. Atendendo ao facto de que as pessoas querem ser informadas o mais rapidamente possível sobre as mudanças que ocorrem no mundo e de que o jornalismo pode satisfazer este desejo ao funcionar como um primeiro sistema de alerta social (Drok & Hermans, 2016), a diferença dos conteúdos e géneros jornalísticos dota o jornalismo da versatilidade necessária para tanto ser sincronizado como dessincronizado com a temporalidade do conteúdo noticiado (Craig, 2016).

Não obstante, o incremento brutal da velocidade obrigou as publicações a abandonarem os modelos de negócio tradicionais que investiam na qualidade em detrimento da quantidade de informação (Belt & South, 2016), o que acarretou consigo perdas substanciais relativamente a elementos do jornalismo que o demarcam de outros conteúdos, como a reflexão, a narrativa e a contextualização da informação, tendo o

valor-velocidade se sobreposto em larga escala face aos restantes. Estes elementos previamente enunciados são por vezes considerados como diferenciadores no jornalismo, mas poucas vezes são usados numa perspetiva lógica-editorial e de retorno: “Journalism seems to be getting caught in a paradoxical market logic where high-quality in-depth storytelling could be a unique selling proposition, but at the same time cost savings and speed are used as the main weapons to enhance competitiveness” (Drok & Hermans, 2016, p.540). Ao invés disso, como demonstrou Cohen (2019) nos seus resultados, os jornalistas por ela entrevistados descreveram o seu trabalho como produção de conteúdos que visam especificamente ser partilhados, lidos e amplamente divulgados.

Esta mudança do paradigma comercial da produção noticiosa providencia um incentivo às atuais e angustiantes tendências adotadas pelos órgãos de comunicação social, que passam pela produção de manchetes visando o *clickbait*, a proliferação de *hot takes* (peças pequenas e provocativas, pouco ou nada fundamentadas), e uma crescente cobertura jornalística homogénea visto que todos procuram contar as mesmas histórias que estão em voga nesse momento (Luo, 2019). O editor do *newyorker.com* sentencia: “Any content that is cheap to produce and has the potential to generate clicks on Facebook or Google is now a revenue-generating ‘audience opportunity’”.

Nestes parâmetros velocistas, no que toca ao jornalismo, é também perdido o fator da crítica. O “olhar crítico” costumava ser inerente à produção noticiosa e visto como valioso, mas o jornalismo (a par dos seus profissionais) parece vir continuamente a descurar este fator bastante importante. Tal como relembra Craig (2016), a crítica eventualmente presente no enunciado jornalístico pode minar ou reafirmar a validade da informação apresentada ao mesmo tempo que pode gerar novos entendimentos.

Esta velocidade vertiginosa de transmissão leva a que exista uma proliferação de informação gratuita, propiciada pelos novos meios digitais e portáteis (em particular o telemóvel). Estes meios que, como nota Peters nas suas considerações envolvendo o jornalismo e a sua espacialidade (2012, p.701), além de terem a capacidade de replicarem as notícias nos novos sistemas (particularmente nos móveis), têm também a capacidade de mudar a própria notícia, deixando o alerta: “When the places of news consumption change, the social uses and actions that flow from it change as well.” Na prática foi este conjunto de fatores que permitiu o surgimento do fenómeno que Sheller (2015) apelida de “News Now”: um continuar em tempo real de transmissão de notícias

que são simultaneamente produzidas, consumidas e redistribuídas por parte do público através de vários dispositivos móveis, o que culmina numa experiência ativa, imersiva, e em permanente atualização.

Todas estas nuances tiveram como consequência uma inundação de informação impossível de digerir, que conduz a uma apatia e inclusive evitamento por parte do público. O que antes seria maioritariamente uma leitura calma e reflexiva de notícias, transformou-se na simples leitura de manchetes e notícias curtas para serem lidas em poucos minutos numa viagem de metro ou autocarro (Pedriza, 2017, p. 134). Já em 2008 (Nordenson), este era um facto incontornável, sendo o ecossistema noticioso visto como parte de uma atmosfera tão penetrante e, por vezes, tão invasiva como a publicidade, em virtude de que muitas das vezes as notícias chegam até às pessoas sob a simples forma de títulos ou partes de artigos que são extraídos das suas fontes originais assim que são publicados.

Têm sido levados a cabo alguns esforços por parte de alguns órgãos de comunicação de modo a reduzir esta multiplicação de informação e de tentar restringir o público ao mais importante (numa perspetiva pessoal), como é caso de exemplo o lançamento da app *Your Feed*, pelo *The New York Times* (NYT), que permite ao utilizador seguir os jornalistas e os tópicos que mais lhe interessam. Tal como explica a chefe de design do produto, Norel Hassan (2018), o NYT quis encontrar uma forma de permitir que os seus leitores acompanhassem uma determinada história que considerassem relevante, tendo nesse sentido criado a referida aplicação onde estes podem escolher entre 24 canais para seguir, proporcionando-lhes desta maneira um maior controlo na sua experiência de leitura no NYT.

Conquanto estes pontuais esforços, facto é que esta torrente de informação, aliada ao impacto da possibilidade de interatividade acaba por sobrecarregar o jornalista, que se sente asfiziado. Mas a verdade é que muitos jornalistas ao redor do mundo consideram que a rápida disseminação de notícias é a sua principal e mais importante tarefa, tal como ficou demonstrado no estudo *The Global Journalist in the 21st Century* (Weaver and Willnat 2012, 536), que enquadró 33 países e que concluiu que entre as seis hipóteses dadas para “o papel desempenhado pelo jornalista”, a mais escolhida foi a de “reporting the news quickly” (53% de 21 países consideraram este fator como “extremamente importante”), seguidos por “reporting objectively” (51%) e por “providing analysis of events” (49%). Dentro dos 21 países que consideraram o dar as notícias rapidamente o papel mais importante do jornalista, as respostas de cada

jornalista variam consideravelmente. Esta variação, no entanto, pode derivar do diferente meio de comunicação onde o profissional esteja inserido, a competição mais ou menos agressiva com outros meios de comunicação, ou mesmo de diferentes linhas e orientações editoriais.

Também uma análise levada a cabo por Harro-Loit e Josephi (2020), acerca da pressão a que os jornalistas estão sujeitos numa perspetiva global, concluiu que esta pressão é mais acentuada em democracias tecnologicamente (mais) avançadas e orientadas para o mercado e onde a indústria impressa tem perdido bastante força, como em países da Europa e América do Norte ou a Austrália e Nova Zelândia, deixando a nu uma discrepância quando em comparação com países sul-asiáticos como a Índia ou o Bangladesh, por exemplo. Isto porque, com o advento da internet, a relação dos jornalistas com o tempo ficou “virada do avesso”, uma vez que o hábito de lidar com “deadlines precisos e dependentes do meio para o qual trabalhavam” passou a ser “imediato” (Santos-Silva & Granado, 2021, p.63).

Também da análise de Harro-Loit e Josephi (2020) foi possível aferir que, devido a diversos fatores, entre os quais um aumento da interação com o público e o uso pessoal das redes sociais, ditou uma alteração nos métodos e horas de trabalho por parte dos jornalistas, sendo que 70% (17,382) dos jornalistas do estudo responderam sentir que as suas horas de trabalho aumentaram e 63% apontou que o tempo despendido à procura de histórias diminuiu, além de que também 46% dos jornalistas considera que o seu horário de trabalho se estendeu embora percam menos tempo com cada conteúdo. Também Nicole Cohen (2019) chegou a conclusões semelhantes, onde apurou inclusivamente que muitos jornalistas continuam o seu trabalho durante as folgas e/ou fins de semana, altura que aproveitam para realizar tarefas essenciais que não conseguem completar durante as horas de trabalho, como trabalho de pesquisa, transcrever entrevistas, responder a emails, ou ainda outras tarefas que requerem um maior grau de atenção e foco, como o planeamento editorial e estratégico.

Aliás, o desempenho dos jornalistas, no que se refere ao online, funciona crescentemente em função de métricas e estatísticas, o que conduz a um aumento da pressão uma vez que esses relatórios analíticos são usados como método de avaliação do trabalho desenvolvido pelos jornalistas e estão presentes na rotina jornalística, muitas vezes dispostos em amplos ecrãs nas redações, enaltecendo os artigos que estão

mais em voga, o que evidentemente aumenta o stress, ansiedade, competitividade e insegurança (Cohen, 2019).

Mas também o público se sente sobrecarregado. Devido à vastidão de informação disponível, este simplesmente acaba por perder o interesse e atenção, a qual os órgãos de comunicação tentam sistematicamente recuperar através da reformulação na apresentação da informação que recorre cada vez mais a manchetes, listas e resumos (Dowling, 2016, p.541). Recorrentemente, o público acaba simplesmente por se alienar intencionalmente em relação à imensidade de informação à qual é exposto sem que sequer tenha de a procurar. Este fenómeno conduz a que a população se torne passiva quando confrontada com demasiada informação, e além de estes consumidores de notícias passivos serem menos informados, é pouco provável que se venham a informar (numa tendência crescente) (Nordenson, 2008). O fenómeno do evitamento de notícias por parte do público consiste numa problemática extensa e complexa, mas, entre outras razões, que passam pelo facto de as notícias serem muito negativas ou não serem fiáveis, um dos motivos centrais (Skovsgaard and Andersen, 2020) é efetivamente a sobrecarga interminável de notícias disponíveis: “there is simply too much news out there to navigate, and as a consequence people choose to ignore the news completely.” (Andersen, 2020, p.1). Também no Reuters Institute Digital News Report (2019) se constata isto mesmo além de que, embora em percentagens diferentes consoante os países, o evitamento (comum ou pontual) ativo das notícias é bastante comum a grandes partes da população: na lista liderada pelos países da Croácia (56%), Turquia (55%) e Grécia (54%), Portugal, a título de exemplo, apresenta uma percentagem de 31%. Outros fatores “pontuais” podem pesar nestas percentagens, como no caso do Reino Unido, onde houve um crescimento de 11% (perfazendo um total de 35%), que é explicado em parte pela “frustration over the intractable and polarising nature of Brexit” (p.25)

Tal como defende Craig (2016, p.470):

The development of modernity and the more recent emergence of digital culture have not only facilitated the greater speed of information transmission and pace of life but also an exponential increase in informational complexity. Such informational complexity offers great emancipatory potential and means of knowledge production but it also can give rise to information overload, cognitive dissonance, disorientation and risk.

A analogia de Santos-Silva & Granado (2021, p.69) parece ilustrar bem a situação atualmente vivenciada a par da velocidade alucinante da transmissão de informação: “O nosso mundo está a tornar-se a temporada de uma série que nunca mais acaba, com um argumento mastigado para ocupar o máximo de episódios”.

2.3. - Slow Journalism

Através do trabalho de pesquisa efetuado para o presente relatório foi, desde o princípio, notória a falta de referências em língua portuguesa sobre este tema. A investigação científica existente em língua portuguesa é bastante escassa, e a que existe (em português do Brasil) refere-se a *Slow Journalism* como Jornalismo Lento, como ilustra o caso da investigadora brasileira Michelle Prazeres. Deste modo, devido à falta de investigação em língua portuguesa optou-se pela utilização do termo “Slow Journalism” para descrever este fenómeno, sendo sempre, no entanto, empregue o vocábulo “jornalismo lento” aquando do uso de referências em português.

Tal como no *Slow Movement*, o *Slow Journalism*, que parece ser um fenómeno maioritariamente europeu (Luo, 2019), pretende retornar a uma existência e processo menos acelerados.

O movimento *Slow Journalism* é descrito por académicos como uma refutação e/ou resposta ao incremento da velocidade nas práticas jornalísticas, o qual conduziu ao definhar de muitos dos seus valores intrínsecos e à proliferação de fenómenos comunicacionais negativos. Assim, o jornalismo lento “não pretende desmontar a tese de que a velocidade faz sentido para o jornalismo”, mas sim questionar quando esta é de facto um imperativo, onde “o *slow* seria a busca pelo contexto, pela compreensão, pela credibilidade, pela acurácia e pela qualidade” (Prazeres & Ratier, 2019, p.92).

Carretero e Bariain (2016, p.525) enquadram o termo “as journalistic products and practices that explicitly emerge as a reaction to the dominant trend to newness, immediacy and a decontextualized narration of the news events”. Com este ponto de vista concorda igualmente Harold Gess (2012), que entrevê o movimento de *Slow Journalism* como um desafio às condutas e éticas do *fast journalism* e que repensa o jornalismo como algo que oferece conteúdo diferenciado ao público, ponto igualmente concordante com a assunção de que o *Slow Journalism* representa um jornalismo mais profundo e relaxado em comparação com a “urgência informativa” vivida, muitas vezes sem justificação (Pedriza, 2017). Como avança Andersen (2020, p.4), talvez um jornalismo mais lento funcione então menos com novas histórias e mais como um

“curador” de informação, que ajuda as pessoas a navegar entre o infindável ecossistema mediático atual – um papel que parece encontrar-se atualmente perdido e que alguns títulos de *Slow Journalism* visam recuperar, dando aos leitores apenas peças numa quantidade que seja possível consumir (Nieto & Valor, 2019). Por outro lado, esta lentidão adjacente ao jornalismo proporciona-lhe a distância necessária em relação às lógicas e ritmos dos outros campos, o que permite o surgimento e adequação da crítica (Craig, 2016, p.470).

Também segundo Neveu (2016, p.451) o surgimento do *Slow Journalism* figura como reação tanto à urgência stressante da “overdose” de notícias que advêm de canais de notícias de última hora, de dispositivos móveis, rádios e revistas, sendo que o autor critica igualmente a trivialidade do que é rotulado como notícia, em especial no que se refere a celebridades e situações sensacionalistas e melodramáticas. Não obstante, embora numa escala alargada estes fatores possam ser considerados, não podem ser tidos como regra fixa, pois a título de exemplo no caso das celebridades, considere-se o reconhecido perfil de Frank Sinatra, da autoria de Gay Talese, ‘*Frank Sinatra Has a Cold*’ (1966) – embora seja sobre uma celebridade, o trabalho é identificado como *Slow Journalism*, pois foi, “slowly produced, significantly different from the flow of celebrities’ portrayals” (Neveu, 2016, p.452). Precisamente, o *Slow Journalism* pode ser encarado como algo assim não tão recente, se se tiver em conta a evolução do jornalismo, mormente os estilos jornalísticos cuidados que figuravam nos anos 60 e 70, como o *Gonzo Journalism* ou o *New Journalism* - e se pensarmos em históricos jornalistas como o referido Gay Talese, Truman Capote, Hunter S. Thompson, ou, ainda antes deles e talvez de um modo mais rebuscado, Mark Twain, Ernest Hemingway e F. Scott Fitzgerald - mas vai além disso.

Nascido da frustração para com a qualidade do jornalismo na imprensa “mainstream” (Bathke, 2019), o rótulo de *Slow Journalism* começou a ganhar popularidade nos anos 2000 de forma a descrever os artigos existente em blogs e outras publicações culturais que utilizavam elementos multimédia e profundamente narrativos como forma de combate à “fetishization of Twitter’s 140 characters culture” (Carretero & Bariain, 2016, p.524), numa altura em que se começava a considerar a verdadeira integração das potencialidades digitais da internet na produção noticiosa, que poderia conduzir também a um jornalismo mais imersivo (e também mais lento), como foi demonstrado explicitamente anos mais tarde através daquele que é correntemente aceite como o primeiro conteúdo jornalístico merecedor da adjetivação de imersivo

(Cordeiro e Longhi, 2018), a reportagem multimédia do *New York Times* de 2012, *Snow Fall: The avalanche at Tunnel Creek*¹⁶. A tecnologia e a internet (com enfoque nas redes sociais) podem, por um lado, conduzir a um jornalismo mais “simplista”, mas a verdade é que foi igualmente aberta uma caixa de pandora relativamente às possibilidades na criação de conteúdos jornalísticos online, uma vez que a tecnologia abriu espaço para novas formas narrativas com especial enfoque nas possibilidades das modalidades de *storytelling* e apresentação das notícias (Jacobson, Marino & Gutsche, 2016).

No entanto, foi em 2007 que se começou a refletir seriamente do ponto de vista académico sobre o termo, sendo este referido na altura como um mercado emergente de trabalhos escritos não ficcionais, como ensaios e reportagens, que demorando mais tempo a ser produzidos, davam a conhecer histórias e notícias inéditas, escritas segundo altos padrões de qualidade (Greenberg, 2007).

Coniventemente com o *Slow Movement*, o *Slow Journalism* advoga portanto que o jornalismo deve abrandar, principalmente porque essa desaceleração no ciclo de produção noticiosa vai gerar informação de maior qualidade ao mesmo tempo que melhora igualmente as suas condições de receção por parte do público (Pedriza, 2017). Este “tempo apropriado” não se trata de uma questão de duração, ritmo ou comprimento, mas é antes, tal como defende Ball (2016), sobre uma reflexão por parte dos jornalistas para perceber como o entendimento e compreensão podem ser alcançados no (e através do) jornalismo. Porém, se a ideia fosse conduzida exclusivamente pelo fator temporal da produção e circulação, essa conceção também não traria nada de novo à problemática, pois essa lentidão sempre existiu desde o início do jornalismo, cuja produção sempre lidou com exigências e ritmos intrínsecos (determinados e organizados pelas próprias organizações) e extrínsecos (eventos imprevisíveis, que vão além do planeado) (Nickel & Fonseca, 2019). Num pensamento mais simplista em relação ao fator temporal, basta apenas considerar-se as revistas semanais ou mensais, que sempre existiram. Mas o *Slow Journalism* vai mais além, abrangendo o fator temporal, e englobando o fator da preparação, da degustação e absorção de informação dita ‘valiosa’. Foi precisamente esta ideia de abrandamento e de degustação no jornalismo que conduziu à criação do *Slow Media Manifesto* (2010) que,

¹⁶ [Snow Fall: The avalanche at Tunnel Creek](#), foi produzida por 11 profissionais e escrita por John Branch (valendo-lhe um prémio Pulitzer).

entre outros pontos, advoga: “Slow Media are not about fast consumption but about choosing the ingredients mindfully and preparing them in a concentrated manner.” Novamente, de modo análogo ao movimento *Slow Food*, onde são tidos em conta os produtores, as formas de produção e os próprios produtos fruto da produção, é tido que promover *Slow Journalism*:

(...) is to care about those who practice the craft and to recognize the value of what the practice provides, to care about how journalists interact with others, and it is motivated by the recognition that care is required in the practice as it explores, critiques and communicates what is happening in the world. (Craig, 2016, p.462)

Gess (2012, p.60) vai mais longe e traduz os conceitos previamente mencionados “*good*”, “*clean*” e “*fair*” do movimento *Slow Food*, para a realidade do jornalismo, onde:

- *Good* pode ser traduzido jornalisticamente como “well-researched journalism that is more than just a gathering of ‘facts’, but aims to provide its consumers with useful information that is relevant to them”, podendo o termo ser igualmente aplicado relativamente à informação que seja bem produzida e apresentada de modo a ser acessível à comunidade, mas que também “benefits the cultural senses through the quality of the writing, photography or audio production”;

- *Clean* pode ser aplicado à produção e consumo de jornalismo “which is not corrupt or abusive of the communities in which it is practised, does not encourage race or gender stereotyping, supports the sustainability of both ecosystems and livelihoods, supports social justice, and develops a sense of a community’s shared destiny”;

- *Fair* emprega na ideia enviesada de “justiça” no jornalismo, onde os jornalistas não praticam “advocacia”, sendo o termo igualmente aplicável tanto a tornar acessíveis os media à comunidade como nas condições laborais da produção da informação de modo a “ensuring that conditions of employment and remuneration in news organisations are not exploitative”;

*

Inês Pinto¹⁷ (2018, para.5) considera que o atual consumo de notícias nos dá demasiada informação com a qual acabamos por não aprender nada, sendo esse o ponto a favor de um jornalismo mais vagaroso e contextualizado:

Falar em *slow journalism* é apelar à valorização da informação como conhecimento. As redes sociais podem ter criado a falsa ideia de estarmos constantemente informados, mas, na verdade, estamos só a ler notas de rodapé, histórias com manchetes, mas sem corpo de texto. Isto fornece-nos uma visão demasiado limitada do mundo. Sabemos tudo e, ao mesmo tempo, quase nada.

Aliás, uma das marcas do *Slow Journalism* é efetivamente dar uma chance realística aos leitores para que estes possam consumir a totalidade dos conteúdos antes que chegue nova informação (Bathke, 2019), tal como sucede com o dinamarquês *Zetland*, ou com o *Tortoise Media*, um meio que “don’t cover every story, but reveal a few”, onde a equipa de profissionais tira o tempo necessário “to see the fuller picture, to make sense of the forces shaping our future, to investigate what’s unseen.”, tal como revelam no seu site¹⁸. O *Slow Journalism* pode assim consistir numa oferta de apenas algumas histórias para os leitores lerem, perceberem as notícias, e seguirem adiante com o seu dia e outros afazeres (Nieto & Valor, 2019).

Deste modo, o *Slow Journalism* favorece a profundidade, precisão, estilo e contexto ao invés da rapidez e do ser o primeiro, acredita no poder da narrativa e do detalhe, e demora mais tempo a investigar e a apurar a veracidade das informações (Belt & South, 2016), de modo a produzir informação diversa, rigorosa e de qualidade, dirigida ao público, seja ele regional ou global, que deseje consumir informação “digna de nota” apresentada através de elevados padrões tanto a nível de estética como de ética (Carretero & Bariain, 2016). Isto adequa-se com a visão do *Slow Journalism* como algo “luxuoso”, um pouco exclusivo ou mesmo até talvez elitista.

¹⁷ Coordenadora do Manifesto - quiosque e projeto que aposta no conceito de *Slow Journalism*, com o propósito de fornecer à comunidade ferramentas capazes de impulsionar o pensamento crítico - e responsável pela curadoria das publicações independentes, em [entrevista ao Jornal Económico](#).

¹⁸ <https://www.tortoisemedia.com/about-us/our-story/> O projeto Tortoise Media começou a sua atividade como órgão de comunicação assumidamente de *Slow Journalism* em janeiro 2019 sob o mote “slow down, wise up”.

O *Slow Journalism* é preferencialmente consentâneo a publicações impressas (Andersen, 2020, p.13), como é o exemplo das revistas *Ponto*¹⁹ e *Delayed Gratification*²⁰, isto porque a internet (ainda) é comumente encarada como um espaço de distração e entretenimento, funcionando mais adequadamente com notícias simples, “chocantes” e sensacionalistas, muitas vezes sobre tragédias e/ou celebridades, e de “última hora”, que vão ao encontro desse prisma, existindo por norma pouco conteúdo jornalístico aprofundado, ficando este mais reservado para a imprensa em papel (Maier, 2010). Este fenómeno parece agravar-se relativamente ao conteúdo específico para dispositivos móveis (smartphone) (Santana & Dozier, 2019): quando as pessoas, a meio do dia, pegam no telemóvel para se atualizarem, não esperam ler grandes textos conteúdos aprofundados e contextualizados, mas sim breves informações sobre o que aconteceu no tempo em que estiveram ausentes. Este ponto de vista, onde as notícias impressas são vistas como mais influentes junto dos leitores, é sustentado pelo estudo de Santana, Livingstone e Cho (2013), que averiguou que o conhecimento é mais impulsionado pelo jornalismo impresso do que o online, uma vez que os envolvidos no estudo demonstraram reter e compreender melhor a informação transitada através de meios jornalísticos impressos ao invés de digitais, além de que os acham mais influentes.

No entanto, o *Slow Journalism* pode resultar igualmente no digital/online (particularmente nos meios menos móveis, como o computador ou o tablet), até porque a *multimedialidade* (Canavilhas, 2012) intrínseca às plataformas digitais é uma poderosa ferramenta a ser utilizada neste tipo de jornalismo, além de que segundo os algoritmos da Google, por exemplo, os dados e a informação que perduram durante mais tempo no ciberespaço não são as notícias curtas, mas sim os textos longos (Pedriza, 2017). Aliás, ao contrário do que se possa reter nas primeiras ponderações, o *Slow Journalism* não se reflete unicamente ou essencialmente através da escrita (englobando ou não outros conteúdos multimédia, tal como já foi abordado previamente). De facto, pode-se considerar como exemplo disto mesmo, o podcast

¹⁹ Revista trimestral impressa, do meio de comunicação digital e regional mediatejo.net. No seu editorial é explicado que a revista surgiu “Porque na voragem dos dias há muitas histórias que se perdem, reflexões que ficam por fazer, pontos que nunca chegam a unir-se para nos darem imagens mais aproximadas da realidade que nos rodeia.” O primeiro volume foi lançado no verão de 2020.

²⁰ Revista trimestral impressa do Reino Unido, que se intitula como “A primeira revista de Slow Journalism do mundo”.

estadunidense *Serial*²¹, lançado em 2014 pela WBEZ (estação de rádio de Chicago), o qual reflete a investigação de Sarah Koenig e Julie Snyder sobre um assassinato em Baltimore em 1999, que foi produzido numa história de 12 horas distribuída por episódios e que se tornou, pelo menos na altura, no podcast mais popular de sempre. O que levou ao crescimento e fez do podcast um sucesso foi a maneira lenta como a história se ia desenrolando com cada episódio a complicar ou mesmo a contradizer o(s) anterior(es) (Blanding, 2015).

A despeito destas considerações, atualmente a literatura sobre a temática não assegura uma definição una de *Slow Journalism*, sendo este por norma interpretado tanto como tendo uma conexão literária, investigativa ou de análise aprofundada (Carretero & Bariain, 2016; Pedriza, 2017).

O termo pode até mesmo ser distinguido em género ou abordagem (Drok & Hermans, 2016). Os autores encaram que o *Slow Journalism*, como género, está relacionado sobretudo com a forma e o estilo em que a informação é apresentada, com formatos longos onde o estilo tende a focar-se no *storytelling* narrativo (Le Masurier, 2015). Esta conceção compreende como essencial a construção de nichos e comunidades, onde o fator de identificação desempenha um papel preponderante (Prazeres, 2018), e é associada sobretudo a conteúdos jornalísticos longos de não ficção, como por exemplo a reportagem, sobrepondo-se assim uma articulação com o jornalismo literário. Esta associação entre o *Slow Journalism* e jornalismo literário é, aliás, efetuada por diversos autores entre os quais a (já previamente referida) pioneira de origem inglesa Susan Greenberg (2007), a portuguesa Alice Trindade (2012), ou mesmo a australiana Megan Le Masurier (2016). Esta noção mais literária de *Slow Journalism* pode, no entanto, ser erradamente confundida com *Long-form Journalism*, lembrando, a título de exemplo, a plataforma *Longform*²² que é considerada uma plataforma dedicada a *Slow Journalism* mas que só pondera “pieces over 2,000 words”.

Embora os conteúdos de *Slow Journalism* sejam efetivamente maioritariamente longos, pois pode ser generalizado que o *Slow Journalism* requer o tempo necessário para reflexões ou investigações aprofundadas sobre assuntos originais (Le Masurier, 2015), principalmente quando comparados com a relativamente reduzida informação

²¹ Podcast *Serial* disponível em <https://serialpodcast.org/>. O podcast recebeu diversos prémios e distinções.

²² <https://longform.org/> Plataforma criada em 2010 e que recomenda “new and classic non-fiction from around the web”.

que consta na maioria das ‘notícias’, este não é um critério rigoroso ou categórico, até porque *Slow Journalism* não é sobre tamanho, na medida em que a extensão não é uma virtude por si mesma, mas é antes a qualidade que figura como o fator distintivo destes conteúdos (Bennet, 2013). Neste ponto, embora indelevelmente, fica exposto o papel desempenhado pela edição jornalística (Greenberg, 2016), que pode transformar um texto longo e pouco focado num texto editado, conciso e focado, naquilo que não deixa de ser *Slow Journalism* só por ter perdido parte da sua extensão. Posto isto, o *Slow Journalism* não é necessariamente extenso, mas por norma requer espaço (Le Masurier, 2015, p.143), não constituindo isto, no entanto, um imperativo, porque contrastando o fator dimensão com o fator tempo, torna-se evidente que um artigo relativamente pequeno pode ter requerido imenso tempo de investigação e mesmo de escrita (Pedriza, 2017).

Por outro lado, Drok e Hermans (2016) defendem que o termo *Slow Journalism* remete para os princípios e métodos adotados em termos práticos, e não tanto pelas características “físicas” do trabalho final, enquadrando o *Slow Journalism* como um jornalismo maioritariamente demoroso, uma vez que tem de dispor do tempo necessário para o aprofundamento da informação e de modo a conseguir encontrar (novas) nuances e perspetivas, considerando este ponto particularmente relevante quando analisam a prática de *Slow Journalism* para tratar assuntos complexos, muitas vezes científicos, que exigem uma aproximação mais analítica e persistente do que as “notícias de última hora”, os quais muitas vezes não dispõem de uma resposta concreta e definitiva. Artigos jornalísticos sobre meio ambiente, ou mais concretamente sobre as alterações climáticas, são um exemplo deste tipo de conteúdos complexos e científicos adequados à prática de *Slow Journalism*, uma vez que as notícias sobre ambiente desafiam o jornalismo na medida em que os acontecimentos ambientais são complexos e contínuos, podendo estender-se por semanas, meses, anos ou mesmo décadas (Gess, 2012). Gess (2012) reflete igualmente que este tipo de histórias mais complexas muitas vezes surge “à boleia” de outras mais dramáticas que já tenham os “valores-notícia” necessários para constarem nos media habituais, como desastres ambientais, por exemplo.

De facto, foi esta incapacidade de aprofundar jornalisticamente temas complexos, os quais carecem de tempo e análise, que conduziu à atual espécie de “auto-martirização” dos jornalistas económicos pela não antecipação da eclosão da última crise económica, iniciada com o colapso da firma Lehman Brothers: (o jornalismo) “failed to alert its readers to the coming disaster, to appreciate the complicity of the

Wall Street banks, and to understand the inability or unwillingness of regulators to grasp the problem” (Gold, 2018, para. 8).

Esta perspetiva é corroborada por Neveu (2016) que considera que a “lentidão” pode ser o preço a pagar pela aquisição de um entendimento adequado e correspondente à complexidade de determinados assuntos e ou atividades que requeiram um conhecimento técnico ou científico.

O ponto sempre comum e concordante, é que o *Slow Journalism* desafia o ciclo jornalístico de 24 horas, define-se por critérios qualitativos como a contextualização, exatidão ou diversidade da informação e é pautado por parâmetros de elevada qualidade, independentemente das formas de narração, género, formato, ou extensão dos produtos finais (Carretero & Barriain, 2016).

*

Através das considerações anteriores, pode ser levantada uma questão pertinente, tal como o faz Gess (2012, p.63): “Is slow journalism just a repackaging of documentary, literary or investigative reporting?”. Por várias ponderações que foram apresentadas, a resposta a esta questão pode por vezes parecer que pende para o afirmativo, mas a questão da lentidão abre espaço a perspetivas mais filosóficas, tal como sucede com o *Slow Movement*, num âmbito geral. De modo similar, posto toda a informação antecedente, torna-se igualmente inegável que é bastante difícil definir *Slow Journalism*, termo profusamente polissémico. É jornalismo investigativo, explanatório, literário, sustentável, com extensão considerável e narrativo? Neveu, baseando-se no trabalho previamente citado de Le Masurier reduz os critérios a oito possíveis para a definição de *slow* no jornalismo: “as taking the time of gathering and processing news, as serious investigation, as limiting the information flow, as narrative, as fair, as community-serving, as participatory, as valuing “untold” stories” (2016, p.453) – no entanto, continua a ser bastante extenso e cumulativo.

O tema é complexo porque não apresenta um carácter determinista: “O jornalismo lento parece ser uma estrutura dinâmica que envolve produtores, recetores, escalas de tempo, regimes de consumo, outras estruturas e contextos e condições de produção” (Prazeres, 2018, p.134).

Como defendem Belt and South (2016), de maneira alargada e facilitada, pode, por conseguinte, ser mais prático definir *Slow Journalism* pelo que não é: *fast journalism*. É antes uma reação contra o que muitos estudiosos da comunicação, além

do público, consideram ser um jornalismo apressado, superficial e pouco informado (idem).

Desta maneira, pode-se considerar que o *Slow Journalism*, mais do que um gênero ou alternativa “independente”, funciona mais como uma crítica, um contramovimento, e mais importantemente, como corretivo ao jornalismo que dá prioridade à rápida disseminação de notícias e pouca atenção às restantes funções do jornalismo, principalmente as sociais (Drok & Hermans, 2016). O *Slow Journalism* pode assim ser encarado como um processo de práticas profissionais, que logra inclusivamente ser aplicado em todos os formatos jornalísticos de modo a, despendendo do tempo adequado para a produção e atualização da informação, fornecer aos leitores conteúdos relevantes, confiáveis e valiosos (Pedriza, 2017, p.143).

Michael Luo (2019) vê esta conceção como uma tentativa de se voltar a ganhar controlo de como experienciar as notícias e de existir um apartar em relação à falsa sensação de informação propiciada pelas redes sociais, que culmina numa hipótese de se recalibrar esta relação e de se equacionar no que realmente significa estar informado. Este parecer tem, no entanto, de ser retificado igualmente pelas próprias publicações onde estas têm de se mostrar como “indispensáveis” ao produzir jornalismo que ajude realmente a tirar significado de toda a torrente de informação a que atualmente o público está exposto (Nordenson, 2008).

No caso de Espanha, o *Slow Journalism* é visto inclusive como um “revitalizador de melhores práticas jornalísticas”, na medida em que as iniciativas da advogada lentidão incitam os restantes profissionais do setor a preocuparem-se mais com a questão da qualidade, a virarem-se progressivamente de volta para as origens fundamentais do jornalismo e a considerar gradativamente a audiência e a sua necessidade por uma “temporalidade” adequada para a deliberação, reflexão e análise (Carretero & Bariain, 2016, p.534).

Essencialmente, é o rejeitar contínuo da velocidade como “valor-padrão” (Prazeres, 2018, p.130), que afora a produção associa-se igualmente às condições sensoriais de consumo.

O uso do termo “slow journalism” não de maneira fixa e imutável, mas como um “ideal-type” apresenta no mínimo duas vantagens, como enumera Neveu (2016, p.454): primeiramente precavam-se contra essencialismos, e em segundo lugar convida à

reflexão e exploração de novas diferenças e subcategorias inerentes à prática de *Slow Journalism*.

Facto é que, mesmo além dos projetos criados com esta linha de lentidão orientadora na sua génese, muitas publicações preexistentes estão a enveredar por este caminho com a criação de iniciativas de *Slow Journalism*, como é o caso em Portugal do Prisma, lançado em julho 2020 e associado ao site principal do Jornal Económico, num projeto que “Tendo como base o conceito de slow journalism, ou seja, procurar ir além da espuma dos dias e evitar a lógica de ‘contra-relógio’ que predomina no jornalismo contemporâneo.”²³ (2018), procura refletir sobre temas políticos, económicos, sociais, científicos, tecnológicos e internacionais. O fenómeno não se esquivava mesmo no jornalismo regional, como serve de amostra a já referenciada revista Ponto, lançada também no verão de 2020. Outros projetos, independentes e inclusive individuais, começaram igualmente a surgir como é o caso do *IF YOU WALK THE GALAXIES*, concebido em 2014 pela jornalista Cláudia Marques Santos, e que “resulta de uma necessidade de desaceleração perante a atual velocidade do mundo e da informação, em que se passa a ganhar tempo a reparar, se permite espaço à preparação de cada entrevista, não se impõe limite à duração de cada vídeo.”²⁴

Igualmente bastante interessante e diferenciado é o projeto de *Slow Journalism, Out of Eden Walk*, da *National Geographic*, realizado pelo jornalista Paul Salopek²⁵ e eximamente analisado no trabalho de Belt & South (2016). Neste empreendimento iniciado em 2013, Salopek começou a percorrer, a pé, a antiga rota global de migração humana, desde as terras africanas da Etiópia até à Terra do Fogo, no Chile, ao longo de cerca de 33 796 km. Durante a aventura prevista acabar em 2023, o jornalista relata, através de texto, imagens, áudio e vídeo, as grandes histórias com que se cruza, desde mudanças climáticas, inovações tecnológicas, migração e sobrevivência cultural, dando voz às pessoas que habitam estes locais. A premissa do projeto, tal como está explícita

²³ <https://jornaleconomico.sapo.pt/noticias/conheca-o-prisma-o-novo-site-de-slow-journalism-do-je-336630>

²⁴ <http://ifyouwalkthegalaxies.com/sobre/>

²⁵ Paul Salopek, jornalista e escritor norte americano, já recebeu o prémio Pulitzer por duas vezes, em 1998 na categoria de Reportagem Internacional, e em 2001 na categoria de Reportagem Explicativa.

no seu site²⁶, é simples: “In this way, if we choose to slow down and observe carefully, we also can rediscover our world”.

Já no que se refere a estudos empíricos sobre o uso do *Slow Journalism* pelos media, a investigação é reduzida; em português é, na prática, inexistente – o que reflete a necessidade da investigação e aprofundação deste tema, tal como ao que o presente relatório se predispõe.

Muitos dos estudos existentes sobre *Slow Journalism* são essencialmente teóricos, realizados sob prismas ou visões distintas. Por exemplo, Craig (2016) realiza uma examinação (quase) totalmente teórica sobre o valor que a lentidão pode conferir ao jornalismo e a necessidade cada vez mais premente da existência de formas de jornalismo tanto rápidas como lentas, advogando que estas últimas são necessárias para relatar alguns assuntos específicos. Também a investigadora brasileira Prazeres (2018, p.135) efetuou uma abordagem predominantemente teórica e reflexiva sobre o jornalismo lento, suportada contudo com uma pesquisa prévia que teve como objetivo “trilhar uma aproximação inicial com a noção de slow media e compreender a sua possível aplicação ao contexto jornalístico”. Samia Pedriza também discorreu em 2017 sobre como se posiciona o *Slow Journalism* face a esta era de infociação²⁷, através da interpretação e discussão de outras opiniões resultantes do estudo de outros casos, dos resultados de pesquisas científicas e de opiniões e reflexões expressas em artigos por jornalistas. Gess (2012) também analisa crítica e teoricamente o *Slow Journalism* à luz do movimento *Slow Food*. Benjamin Ball (2016) entrevê nas suas considerações o *Slow Journalism* como um processo e discute, teoricamente, a possibilidade do jornalismo multimédia funcionar como uma plataforma para que a comunicação se aproxime de ser realizada “no tempo adequado”, enquanto que Susan L. Greenberg (2016) analisa o papel desempenhado pela edição dentro do *Slow Journalism*.

Don Belt e Jeff South (2016), por seu lado, propuseram-se a analisar um projeto específico de *Slow Journalism*, o Out of Eden Walk, suprarreferido, enquanto que

²⁶ Disponível em <https://www.nationalgeographic.org/projects/out-of-eden-walk>, acessido em 03/02/2021

²⁷ Termo (que logicamente soma as palavras intoxicação e informação) também usado por Romero-Rodríguez et al. (2018), que o identificam como o consumo indiscriminado de informação pobre, que é aceite indiscriminadamente pelo público, o qual funciona tanto como alvo como impulsionador do fenómeno.

Helene Maree Thomas (2016) discorre sobre o papel desempenhado pelo *Slow Journalism* no que se refere à “construção da alteridade”, focando-se no tópico da representação mediática em particular no caso do continente africano, analisando para isso os princípios de *Slow Journalism* que foram colocados em prática no seu próprio projeto investigativo no Ruanda entre 2012 e 2014²⁸.

Entre os estudos empíricos subordinados ao tema, destaca-se “Slow Journalism in Spain (New Magazine startups and the paradigmatic case of Jot Down)”, desenvolvido por Carretero e Bariain (2016) e que analisa as práticas de *Slow Journalism* em Espanha, enquadrando-as no contexto da crise económica e dos media, focando-se principalmente na sustentabilidade da publicação de *Slow Journalism* espanhola Jot Down, criada em 2011. Para isso, é analisada a sua linha editorial e o seu modelo de financiamento colaborativo, providenciando-se depois algumas recomendações que os autores consideram ser necessárias para garantir a sustentabilidade de futuros projetos de *Slow Journalism*. Num prisma semelhante, também Romero-Rodríguez, Tejedor e Castillo-Abdul (2021) debruçaram-se sobre publicações de *Slow Journalism* ibero-americanas (espanholas e latino-americanas), concluindo que o *Slow Journalism* não é visto como um produto de consumo em massa mas antes um com carácter elitista, mais ligado à tradição cultural de revistas de literatura do que aos media “comuns”, mostrando-se, no entanto, viáveis.

Focando-se igualmente no cariz económico, David Dowling (2016) examinou a viabilidade do *Slow Journalism*, tendo em conta como este reinventou e adotou modelos de negócio alternativos ao não querer depender (unicamente ou pelo menos em grande parte) da receita gerada pela publicidade. Para isso usou os meios *Delayed Gratification*, *De Correspondent*, *Narratively* e *The Big Roundtable* como casos de estudo, analisando os seus métodos de receita alternativos e até experimentais. Dowling concluiu na sua análise que as referidas publicações demonstram querer não só reinventar o modelo económico dos meios de comunicação como ao mesmo tempo conquistar a confiança e o interesse do público, humanizando-o e deixando de o encarar como uma massa coletiva para atrair e conquistar publicidade.

²⁸ Lessening Africa's 'otherness' in the Western media: Towards a culturally responsive journalism
<https://researchrepository.murdoch.edu.au/id/eprint/26543/>

Numa abordagem diferente, o estudo de Stuart Davis (2016) “Slowing Down Media Coverage on The US-Mexico Border” pretende demonstrar como o *Slow Journalism* pode oferecer um conjunto de técnicas e ferramentas útil no que diz respeito às coberturas comumente sensacionalistas realizadas por parte dos órgãos de comunicação tradicionais no que diz respeito a questões sociais, tomando como objeto de estudo em específico a situação da fronteira entre os Estados Unidos da América e o México.

Através da sua investigação expressa no artigo “Realizing Good Intentions? A Field Experiment of Slow News Consumption and News Fatigue”, Kim Andersen (2020) procurou discernir quem está disposto a usar este tipo de jornalismo e como vai o seu uso influenciar a sua “fadiga noticiosa”, tendo para isso realizado um experimento longitudinal através de dois inquiridos e da monitorização do consumo noticioso dos inquiridos na plataforma dinamarquesa de *Slow Journalism, Zetland*. Também através de uma abordagem bastante metódica, Drok e Hermans (2016), no que culminou no artigo “Is there a Future for Slow Journalism?”, tentaram depreender se o *Slow Journalism* vai ao encontro das expectativas dos jovens, se estes preferem este tipo de jornalismo e se essa preferência individual pode estar correlacionada com a perspetiva pessoal de cada jovem em relação a qual a função social do jornalismo. Para isso recorreram a uma análise quantitativa acerca do uso de meios de comunicação por parte de 2642 jovens holandeses representativos, tendo depois procedido à análise dos dados e retirando as devidas ilações, como a de que a larga maioria dos jovens querem que as notícias estejam disponíveis nos seus telemóveis e de forma gratuita. Por outro lado, o estudo conclui igualmente que um em cada três jovens demonstra interesse em *Slow Journalism*, e que o futuro aponta para um jornalismo a duas velocidades, um jornalismo mais rápido e gratuito e um mais lento pelo qual se tem de pagar.

Knaut, Siebe, Graham e Harbers (2016) fazem uma análise do *Slow Journalism* principalmente à luz do seu carácter colaborativo com o público. Os investigadores tomaram como objeto de estudo novas plataformas online de *Slow Journalism* (à data do estudo) como o holandês *De Correspondent* e o alemão *Krautreporter*, que se inspirou no anterior, que assumidamente valorizam o envolvimento do público de várias perspetivas. Assim, o estudo feito para uma conferência²⁹, pretendeu discernir a que

²⁹ Enquadrada na 17.ª conferência anual da Association of Internet Researchers, que decorreu em Berlin (5 a 8 outubro, 2016) <https://aoir.org/aoir2016/>

nível o *Slow Journalism* constitui uma “renegociação” dos padrões e práticas jornalísticas entre jornalistas e cidadãos, através da sua interação e colaboração nas plataformas jornalísticas online, especialmente a nível de comentários. Deste modo, os investigadores procederam a uma análise quantitativa tanto a nível de conteúdo como de texto das secções de comentários nas referidas plataformas, onde depois refletiram sobre as implicações que estes dados podem refletir na prática, qualidade e conhecimento jornalístico.

Megan Le Masurier (2015) é uma das investigadoras que se aproximam mais com a abordagem realizada no presente relatório, uma vez que tinha como âmbito se não definir, pelo menos elencar algumas características chave do que caracteriza o *Slow Journalism*. A académica australiana recorreu para isso à análise da (parca) literatura disponível e explorou alguns exemplos de produtores que se identificavam com o termo, de modo a deduzir o que *Slow Journalism* significava na prática, similarmente ao presente procedimento adotado em torno da revista *Visão*.

2.4. – A ajuda do *Slow Journalism* no Combate à Desinformação

Tal como defendem Drok e Hermans (2016), a ênfase na rapidez pode levar à insistência em confrontos, acidentes e sensacionalismo, mas vale a pena fazer também a ressalva que a presente imediação e industrialização da informação traduz-se muitas vezes em fenómenos informacionais (porventura ainda mais) negativos, como é o caso da propagação de desinformação, ou mesmo as tão em voga *fake news*.

A desinformação não é um fenómeno recente, antes pelo contrário, anda de mão dada com a humanidade desde os seus primórdios, ainda que sob diferentes formas. A título de exemplo, um dos primeiros eventos documentados relacionados com a desinformação ocorreu em 44 A.C, na Roma Antiga, quando Octávio César Augusto lançou uma campanha difamatória contra a figura do seu inimigo Marco António, inscrevendo nas ruas da cidade de Roma slogans aviltantes num formato que hoje apelidaríamos de *tweets* (Posetti & Matthews, 2018, p.2). Também numa perspetiva contemporânea mais recente (1943), no clássico livro “O Diário de Anne Frank”, é relatado um episódio flagrante e “curioso” de desinformação, a propósito da suposta entrada da Turquia na Segunda Guerra Mundial – tal como relata a própria jovem Anne Frank (p.127):

“Em menos de uma hora, o desapontamento seguiu-se à alegria. A Turquia ainda não entrou na guerra. Era apenas um ministro a falar sobre a eventualidade de a Turquia abdicar em breve da sua neutralidade. O vendedor de jornais em Dam Square gritava “Turquia ao lado da Inglaterra!”, e os jornais estavam a ser-lhe arrebatados das mãos. Foi assim que ouvimos este rumor encorajador.”

Contudo, a chegada do século XXI trouxe consigo a conversão da informação numa arma numa escala sem precedentes, uma vez que as novas tecnologias fazem da fabricação e manipulação de informação um processo simples e as redes sociais amplificam fortemente os conteúdos (verdadeiros ou falsos) vendidos por políticos, corporações ou estados, uma vez que estas informações são partilhadas por um público acrítico (Ireton & Posetti, 2018). Também Prazeres e Ratier (2019) vão ao encontro desta ideia do uso da imediação da (des)informação como arma: “A velocidade surge como aliado de atores interessados em propagar informação com variados graus de distorção para interesses específicos – sejam eles políticos, económicos ou visando a disrupção social” (p.89).

A referida imediação da informação veio assim aparentar num primeiro momento o revigoração da democracia, contudo, na verdade e derivado do facto de o conteúdo carecer de controlo editorial, poder surgir de qualquer sítio, envolver novas técnicas de escrita, funcionar dentro de uma rede de audiências fragmentadas, ser entregue praticamente instantaneamente e ser interativo (Fenton, 2010, p.6) conduziu não só à dependência de agências de informação como também à proletarização e precarização dos jornalistas, onde se espera que estes “produzam mais com menos tempo, menos recursos e menos colegas” (Bastos, 2015, p.98). Nesta linha, leva-se a considerar a lógica de Correia que associa o fenómeno da desinformação com “más práticas da profissão no contexto de uma escassa autonomia e das rotinas e hábitos consolidados no seu campo específico” (2019, p.30). A informação gerada através destas más práticas manifestas através da consulta de menos fontes, da não contrastação dos factos, e da standardização das narrativas jornalísticas (Pedriza, 2017, p.130), e de uma “dependência fatal de fontes fora do terreno, como as oficiais ou as de arquivo” (Santos-Silva & Granado, 2021, p.10) o que muitas vezes resulta em informação confusa, dúbia, incorreta, ou mesmo falsa, que culmina em perda de credibilidade não só para o órgão de comunicação em causa como para todo o jornalismo em geral, o qual enfrenta atual e manifestamente uma crescente descredibilização.

Estabelecendo que a desinformação é constituída por “All forms of false, inaccurate, or misleading information designed, presented and promoted to intentionally cause public harm or for profit” (Comissão Europeia, 2018, p.3), a sua disseminação, e, mais grave ainda, a sua aceitação por parte do público, ocorre também devido ao próprio excesso e pluralidade da informação, no meio da qual se acaba por perder o sentido da busca pela verdade, insurgindo-se o *Slow Journalism* contra esta realidade.

Aliciando-se a este fenómeno (ou funcionando como causadoras), existem algumas agravantes, que, na sua maioria mas não só, derivam da ampla utilização de redes sociais, até porque pode-se partir do entendimento de que “o fake e o fast” partilham o mesmo ambiente de propagação: as redes digitais, “na medida em que tanto as notícias falsas em formato que simula o jornalismo, quanto as notícias “verdadeiras” empacotadas com brevidades lançam mão das engrenagens do contexto de aceleração e excesso nas redes digitais para proliferar” (Prazeres & Ratier, 2019, p.92). Exemplo desta correlação é a existência de bolhas de filtro, termo cunhado por Eli Pariser, que este descreve como “o nosso universo de informações pessoal e único em que vivemos online” sendo que o que se encontra nessa bolha de filtro “depende de quem somos e depende do que fazemos” e que “o problema é que não decidimos o que entra na bolha e, mais importante, não vemos o que fica de fora” (Pariser, 2011). A convivência com estas bolhas de filtro consiste basicamente num estado de isolamento intelectual, onde as crenças preexistentes são reconfirmadas e onde não há lugar ao contraditório. Considera-se que estas ocorrências minam o desempenho da democracia e da cidadania, numa ação amplamente expressiva no teatro político, tal como se traduz com os episódios políticos do Brexit (2016) e das eleições presidenciais dos Estados Unidos da América (2016) e do Brasil (2018), as quais culminaram com a eleição de dois atores políticos considerados populistas, Donald Trump e Jair Bolsonaro, respetivamente. Complementar a este conceito, embora mais antigo e também de uma maneira mais consciente individualmente, é o de “nichification”, ou seja, a existência de um público de conhecimentos e interesses comuns e compartilhados, decorrente de páginas iniciais e newsfeeds personalizados, alertas de emails ou notícias apenas relativas a determinados assuntos, que conduz à diminuição da probabilidade de contrastação de crenças e ideologias (Nordenson, 2008). Também a temporalidade associada à partilha de notícias nas redes sociais acarreta problemas consigo, pois, devido à informação ficar disponível na internet infundavelmente, muitas notícias apresentam títulos intemporais e

a sua partilha nas redes sociais é potenciadora de desinformação quando feitas num tempo posterior ao da notícia, o que acontece recorrentemente (Santos-Silva & Granado, 2021).

O *Slow Journalism*, mesmo pela sua génese, é comumente visto como uma forma de jornalismo que é capaz de se alienar de alimentar a conceção de uma era baseada na pós-verdade³⁰ e de aprofundar temas de modo a informar e contextualizar o público com informação teoricamente mais fidedigna, na medida em que existiu mais tempo para consulta, confirmação e contrastação de informação e fontes e mais cuidado no tratamento do conteúdo.

Nesta linha de pensamento, pode ser tomado como exemplo o caso de André Ventura, fundador e dirigente do partido político português CHEGA³¹. O referido político fundou o partido a 9 de abril de 2019 e, desde então, foi constantemente objeto de aceso debate público e noticiabilidade na imprensa portuguesa devido a diversas questões fraturantes, onde foi despoletada uma intensa e constante discussão, no qual a questão da desinformação é constantemente referida. Mesmo com uma notória divisão social acerca do partido e dos seus métodos e ideologias, o jornalismo português não foi além de noticiar o básico, simples e rápido e não aprofundou a questão sobre a temática, até ao dia 21 de maio de 2020, onde a revista *Visão* (nº1420), através do jornalista Miguel Carvalho, apresentou uma investigação sobre o partido CHEGA, o seu modo de funcionamento e o seu contraditório líder André Ventura. Quer isto dizer que decorreu mais de um ano inteiro antes de ser praticado o que se pode considerar *Slow Journalism*, de modo a se aprofundar um dos temas mais fraturantes, motivo de discórdia e profuso de desinformação entre a sociedade portuguesa, e onde fosse apresentada informação contextualizada, aprofundada, e detalhada sobre o tema - decorreu mais de um ano, antes que fosse realizado *Slow Journalism* sobre o (provável) tema português mais controverso e repleto de (des)informação, quando este tipo de jornalismo desempenha indubitavelmente um papel relevante no atual sistema de informação, ao agir como barreira à proliferação da demasiada (des)informação que circula sem controlo, principalmente através da internet e das redes sociais (Pedriza, 2017).

³⁰ Eleita Palavra do Ano 2016 pelo [Dicionário de Oxford](#), onde está descrita como “relating to circumstances in which people respond more to feelings and beliefs than to facts”

³¹ Partido político conotado com um alinhamento político de (extrema) direita, onde este é assumido como conservador, nacionalista e populista.

Relativamente a esta temática da desinformação, não se pode deixar de fazer uma breve relação com a questão da literacia mediática, a qual já em 2007 a Comunidade Europeia definiu como “a capacidade de aceder aos media, de compreender e avaliar de modo crítico os diferentes aspetos dos *media* e dos seus conteúdos e de criar comunicações em diversos contextos”, sendo advogado que uma baixa literacia mediática pode (e faz) padecer o *Slow Journalism* de reduzido reconhecimento público.

2.5. - Construção Social da Realidade

Em diversos estudos, o jornalismo é considerado como estando intimamente ligado à sociedade atuando não como espelho, mas como construtor ativo da realidade social. A ideia é a de que “a atividade jornalística e o os enunciados produzidos na sua realização não se limitam a reproduzir a realidade mas intervêm na construção social da mesma” (Correia, 2012, p.82-83), onde esta realidade oferecida pelas notícias “é envolta pelos modos de conhecer típicos dos jornalistas e pelos modos específicos que estes possuem de estruturar o conhecimento através da linguagem” (idem).

Muitas vezes este vínculo é encarado como uma relação simbiótica, onde embora sendo também sugestionado pela realidade, o jornalismo é (quase plenamente) aceite como um poderoso instrumento no que à construção da realidade social diz respeito, podendo impor esta realidade construída de uma maneira mais ou menos significativa, se aludirmos às teorias dos efeitos³², passando a conceção tirânica que possa advir desta consideração. A verdade é que o jornalismo desempenha um “efetivo papel de formador da opinião pública, fornecendo os mapas de significado que permitem uma efetiva contextualização às notícias que produzem e que permitem a ordem e a inteligibilidade do mundo” (Brandão, 2010, p.130).

O propósito central do jornalismo aparenta igualmente ser a criação de cidadãos informados, no entanto, e especialmente num ecossistema mediático tão leviano, sensacionalista, repleto de fragmentações de informação, onde não é claro o significado de estar informado (Luo, 2019). Neveu levanta, nesta perspetiva, uma pergunta oportuna: “Is it reasonable to consider that the most spectacular, shocking, or outrageous events are those which allow us to make sense of the world we live in?” (2016, p.449).

³² Enunciadas por Severin e Tankard em 1979.

Numa constante dialética, na qual o jornalismo entrega constantemente o significado da realidade em vigência ao público, onde os jornalistas (deviam de) trabalhar de forma a entregar o panorama geral numa altura em que a demasiada informação torna difícil de o público o construir por si mesmo (Nordenson, 2008), e numa sociedade “(...) onde cada vez existe mais informação e menos sentido” (Brandão, 2010, p.132), o *Slow Journalism* tem assim também como pretensão a de contribuir com uma mais informada e contextualizada construção da realidade para que possa decorrer uma formação mais opulenta e completa do público, porque se “Fast journalism is mostly about information. *Slow journalism* is mostly about meaning” (Goldberg et al. as cited in Belt & South, 2016, p.560). E isto tudo, uma vez que a sociedade não demanda unicamente informação: “They seek judgment from someone they can trust, who can ferret out information, dig behind it, and make sense of it. They want analytic depth skepticism, context, and a presentation that honors their intelligence” (Abramson, 2010, p.43). Esta linha de pensamento perfila com uma especial incidência entre a população mais nova: “Young people need slow news in order to get a ‘deep’ picture of something, to hear the complexities of the story of an event” (Meijer, 2007, p.112).

2.6. - Combate ao *Churnalism*

Toda a conjuntura jornalística atual, que vai desde a queda das receitas da publicidade, ao conseqüente despedimento de profissionais, e a um aumento na demanda da produtividade, no que se transforma num *McJournalism* que “guarantees predictable journalism not quality journalism.” (Franklin et al. 2005, p.142). Os jornalistas têm continuamente de fazer mais artigos, mais depressa, o que resulta num maior nível de “cópia” e “atualizações constantes” no seu trabalho (Craig, 2016, p.468).

Assim, no entendimento de Neveu (2016), o *Slow Journalism* tem também como objetivo realizar um jornalismo menos circular e mais independente de comunicações oficiais e *Press Releases* (PR), na medida em que opera de maneira a estruturar uma nova “ecologia” de produção de informação, reclamando por autonomia face ao “exército” de comunicados de imprensa. Por outras palavras, o *Slow Journalism* impõe-se ao denominado *Churnalism*: “the recycling process of news production which drew increasingly on wire service copy and public relations (PR) subsidies” (Johnston & Forde, 2017, p.943).

A plataforma churnalism.com³³ define, sucintamente, a representação prática de Churnalism: “is a news article that is published as journalism, but is essentially a press release without much added”. É esta prática incrementalmente de churnalism que consequentemente impede os jornalistas de fazerem o seu trabalho de uma maneira mais aprofundada e porventura de desempenhar o seu papel vital de “*watchdog*” (Craig, 2016). A afirmação de Brian Timpono, fundador da Journatic³⁴ (tal como citado por Beccaria & Saint-Exupéry, 2013) expõe desembaraçadamente a gravidade do problema: “If we reprocess a press release, why would anyone pay reporter-type wages to do that?”

A revista trimestral publicada pela *The Slow Journalism Company*, a *Delayed Gratification* – vista como uma pioneira no Slow Journalism e um paladino do *Slow Movement* e principalmente do *Slow Journalism*, desde logo pelo seu endereço “slow-journalism.com” e a mais agressiva na sua “promoção” como *Slow Journalism* (Dowling, 2016, p.535) – explicita bem o desejo de combater esta atual e usual prática dos meios de comunicação: “Modern news production is filled to the brim with reprinted press releases, kneejerk punditry, advertorial nonsense and churnalism. *Slow Journalism* is an antidote to this: intelligent, curated, non-partisan news coverage designed to inspire and inform”.

A par de alguns autores, a já citada Le Masurier (2015) crê que a prática de *Slow Journalism* conduziria a uma superior transparência, onde este seria claro quanto à forma como obteve a informação e, no que toca ao jornalismo digital, indicaria e conduziria os leitores para as fontes documentais e de pesquisa, de forma a exatamente justificar como a informação foi obtida, quer seja através do uso de ligações ou de referências textualmente inclusas que explicitem a proveniência e o método usado para a obtenção da informação (Idem), além de dever invariavelmente identificar o que consiste em conteúdo próprio e o que advém de comunicados de imprensa, assunto exatamente abordado no parágrafo anterior. Mais uma vez, fazendo a analogia entre *Slow Journalism* e *Slow Food*, Neveu (2016) argumenta que esta transparência é

³³ [Site](#) sem fins lucrativos que pretende ajudar o público a distinguir conteúdo jornalístico original de ‘churnalism’.

³⁴ Empresa de Chicago (EUA), fundada em 2006, que produzia “jornalismo barato” com histórias locais automatizadas e onde os conteúdos eram produzidos em condições elevadamente precárias, recorrendo inclusive a trabalhadores filipinos (Sheffield, 2012).

imprescindível para a promoção da ('saúdável') origem das fontes da informação – tal como o movimento *Slow Food* apadrinha a noção de se saber de onde provém a comida, o *Slow Journalism* promove uma maior e transparente explicação da fonte de informação e os seus possíveis viés, até porque a generalidade do jornalismo tem contemporaneamente trabalhado para ocultar ou toldar do público a verdade sobre a sua forma de obter e produzir informações (Gess, 2012). Igualmente dentro do âmbito da transparência, mas numa perspetiva mais pessoal dos profissionais (jornalistas), o *The Correspondent* assegura que não considera que os jornalistas devam fingir ser neutrais ou imparciais, mas antes defende que a estratégia deve passar por demonstrar abertamente a verdade: “in the belief that transparency about point-of-view is better than claiming to have none.”

2.7. – Conotação Social do *Slow Journalism*

Ball (2016) entrevê também uma leve conotação social no *Slow Journalism*, onde não só é relevante alcançar “tecnicamente” o público, como também, e mais importantemente, envolver-se intelectual e emocionalmente com este. Também Dowling (2016, p.541) concebe que os meios de *Slow Journalism* intendem a transformar os leitores num público humanizado e homenageado pela sua capacidade de se interessar por histórias aprofundadas, ao invés de os encarar como uma mercadoria pronta a ser entregue aos anunciantes e publicitários.

Ainda dentro de uma conotação de cariz mais social, é considerado que o *Slow Journalism* transforma o seu público em “parceiro” (Neveu, 2016), pois a sua conceção de lentidão permite uma mais profícua tentativa de aproximação do público, relativamente ‘imaginário’ ou efetivamente mais real no caso de se tratar de um órgão de comunicação local, onde este é convidado a contribuir de diversas maneiras, seja através de comentários, da partilha de vídeos ou opinando num fórum (Idem). Na mesma linha de pensamento, é por vezes adiantada a ideia de que com a prática de *Slow Journalism*, o público possa ajudar na investigação aprofundada de determinados assuntos, ajudar a elucidar ou a encaminhar os jornalistas, tal como referiu Paul Bradshaw ao *The Guardian* (in Kiss, 2009, para 13): “People can contribute their expertise to answer specific questions, and journalists with no resources could use the site to call on the community for help.”³⁵ Nesta perspetiva, no que se pode porventura

³⁵ [Artigo do The Guardian](#) sobre dois novos projetos de ajuda à divulgação de notícias locais.

considerar como uma ideologia humilde, o *The Correspondent*³⁶ reconhece as suas limitações: “Collectively, our readers know way more than we do about most of the stories we cover”, e alimenta a ideia de o público participar/ajudar na produção de conteúdo, na medida em que o não encara como um mero conjunto de consumidores de notícias, mas sim como uma fonte de contribuição de conhecimento.

Muitas das plataformas de *Slow Journalism* permitem, aliás, o envio de sugestões e mesmo artigos que podem vir a ser publicados, numa perspetiva de qualquer pessoa poder ser freelancer. A *Narratively*³⁷, a título de exemplo, possibilita a submissão de artigos que levem os leitores “inside another world, another life, through vivid scenes and compelling narrative arcs” e especifica os fatores essenciais que o artigo deve conter para poder ser publicado. Caso a publicação seja viável e aceite, existe um pagamento que é feito ao autor.

2.8. – Apoio ao Relato da diferença sociocultural e de Assuntos Sensíveis

O *Slow Journalism* parece igualmente figurar como resposta à crescente necessidade de relatar a diferença sociocultural. Com o evoluir dos tempos, a par das democracias modernas, os valores considerados tradicionais e conservadores que eram (entendidos como) representativos da maioria da sociedade têm dado lugar a uma maior expressão das diferenças individuais, de minorias, ou simplesmente de outras raças ou credos díspares. Por motivos causais, o *Slow Journalism* é visto como diferenciador quando se trata de relatar estas mesmas diferenças, uma vez que o jornalismo “rápido”, pela sua génese, não dispõe dessa capacidade visto que depende e tem de se apoiar num conjunto mais firme de pressupostos políticos, sociais e culturais (Craig, 2016). Nesta perspetiva, os jornalistas têm sido retratados como aculturais e como indo sempre de acordo à perspetiva e opinião socialmente dominante, o que só pode ser mudado se os jornalistas conseguirem dispor do tempo necessário para ouvir outras vozes e, mais importante ainda, conseguir percebê-las. Também Thomas (2016) argumenta que principalmente quando se trata de nações não-ocidentais - sobretudo do continente africano, onde este é encarado como o “continente sem esperança” (Scott, 2017) - os

³⁶ A plataforma [The Correspondent](#) foi lançada a 30 de setembro 2019 para a transmissão de “unbreaking news”.

³⁷ [Plataforma](#) focada no fator humano e *storytelling* que “celebra a humanidade através de conteúdos diversos, autênticos e de alta qualidade”. Os conteúdos apresentados podem ser escritos, em imagens e vídeos, e através de podcasts.

trabalhos jornalísticos recaem invariavelmente em representações pré-concebidas de diferença racial, ponto igualmente concordante nas aceções de Franks (2010) que defende que os jornalistas são guiados pela velocidade incremental do ciclo noticioso, onde é esperado que estes desempenhem a sua função o mais rápido possível, e que acabam por realizar um trabalho “superficial and frequently full of stereotypes” (p.72).

São, portanto, estas as razões que levam Craig (2016) a considerar que este tipo de jornalismo mais lento é necessário numa sociedade marcada pelo crescente emergir de expressões de diferença pois propicia o tempo necessário para explorar essas outras perspectivas e ouvir essas fontes diferenciadas, de uma forma que permita não só replicar o que é dito, mas que também permita o seu verdadeiro entendimento. Thomas (2016), através dos estudos que levou a cabo no Ruanda entre 2012 e 2014, experienciou isto mesmo: “a more patient journalism, imbued with slow qualities, was an effective strategy for lessening the construction of otherness, avoiding media harm, and creating empathic connections with distant sufferers” (p.480).

Também quando se trata de relatar matérias alusivas a assuntos entendidos como sensíveis (ultrapassando a subjetividade que possa estar inerente a esta assunção), o *Slow Journalism* parece representar uma resposta viável para a execução da tarefa, uma vez que o *Fast Journalism* não tem a capacidade de abordar adequada e compreensivamente algumas das questões mais prementes e também delicadas (Thomas, 2016). Como advoga Aidan White, da *Ethical Journalism Network* (EJN)³⁸, aquando se pronunciou sobre os ataques dirigidos ao *Charlie Hebdo*, estes são tempos para o *Slow Journalism*, onde os profissionais dos media devem pensar com cuidado nas consequências que podem repercutir a partir do que é escrito ou das imagens que são mostradas. “When we move too fast we can become complicit in acts of inhumanity”, defende White (2015, para.14), jornalista e fundador da referida rede, apresentando como justificativo para esta frase o exemplo das imagens em vídeo de um polícia a ser executado durante os ataques que circularam online, argumentando que este nunca devia ter sido mostrado e partilhado.

O *Slow Journalism* é também encarado como mais indicável para tratar de temáticas mais delicadas e suscetíveis, frequentemente relacionadas com violência física

³⁸ Rede criada no Reino Unido em 2012 com o objetivo de promover e fortalecer os padrões éticos dentro da prática jornalística.

e sexual, onde figuram testemunhos pessoais e onde o público é “chamado” como testemunha das atrocidades relatadas (Cox, 2018).

2.9. - Contar Como as Histórias Acabam

Outro objetivo abraçado pelo *Slow Journalism* é o de “contar como as histórias acabam” pretendendo desta forma figurar como alternativa às vezes em que os media “bombardeiam” o público com uma história ou assunto específico, quando depois simplesmente abandonam esse mesmo assunto quando a agenda mediática avança para o novo grande tópico, deixando muitas vezes histórias “penduradas” sem lhes dar seguimento e sem fornecer ao público o final ou os desenvolvimentos subsequentes desse assunto. A *Delayed Gratification*, funcionando aqui mais uma vez como exemplo prático, compromete-se a cumprir com este objetivo homólogo a várias publicações de *Slow Journalism*: “We pick up the pieces after the dust has settled so you can read about the medium- and long-term impact of news events.” No caso da *Visão* este aspeto é igualmente visível no tema já previamente citado acerca da investigação a André Ventura, líder do partido político português CHEGA. Após um primeiro trabalho investigativo por parte do jornalista Miguel Carvalho, retratado na já referida edição n.º1420 (21/05/2020) da revista, o tema foi depois continuamente abordado com outras duas investigações complementares sobre André Ventura e o seu partido, a edição n.º1429 (29/07/2020) e a edição n.º1449 (10/12/2020)³⁹.

Muitas vezes, um aspeto que também define os trabalhos de *Slow Journalism* é o de estes abordarem um tema em concreto, através de vários níveis, ou perspetivas: “(...) the story works on more than one level so that the specific subject matter leaves openings to other, more universal themes” (Greenberg, 2012, p.383). Isto revela-se significativamente, mais uma vez, em assuntos complexos, caraterísticos da necessidade do emprego de um jornalismo mais lento.

2.10. – Vertente Financeira

Na generalidade, tal como já foi explanado, a sociedade e a sua vivência sofreu as mais diversas alterações, mesmo a nível económico, pois as novas tecnologias tornaram possível a entrega de bens e serviços a um custo bastante reduzido (Greenberg, 2012). Estas novas tecnologias e, principalmente, a Internet acarretam conflitos em

³⁹ Todas as três edições constituíram o tema de capa da respetiva edição.

relação à viabilidade económica de notícias ditas de qualidade (e mais lentas) (Frijters & Velamuri, 2010): a fácil acessibilidade à internet e de disseminação de conteúdos faz com que seja mais barato a produção noticiosa, ao mesmo tempo que, em segundo lugar, a existência de plataformas não noticiosas ou credenciadas, como blogs e similares, reciclam os conteúdos produzidos, retirando-lhes o valor e desincentivando à sua produção por parte dos órgãos de comunicação – numa analogia com o passado recente, enquanto que antes uma pessoa podia comprar um jornal e empresta-lo ao seu grupos de amigos para estes também lerem sem terem de pagar por ele, atualmente os bloggers e afins fazem o mesmo, mas numa escala muito maior, o que conduz a perdas monetárias e de valorização da informação muito mais significativas. Em terceiro lugar, e como forma de acrescento, a internet retirou uma grande fatia da publicidade da qual os meios de comunicação dependiam (Idem).

A verdade é que quando os meios de comunicação migraram para o online, adivinhando uma “salvação divina” para o setor, o modelo tradicional da publicidade falhou (Simons, 2017). Os jornais decidiram colocar o seu conteúdo online e de forma gratuita, pois era entendido que as receitas que seriam geradas através da publicidade, que seria muita e bastante rentável devido ao alcance praticamente infinito dos conteúdos jornalísticos na web, seria enorme. O problema (recorrente) surgiu quando os publicitários perceberam que provavelmente muitas das suas publicidades digitais pelas quais estavam a pagar não eram visíveis, o que levou as agências publicitárias a tomar medidas e a fazer exigências cada vez maiores junto dos meios jornalísticos, como ocorreu (mais uma vez) nos Estados Unidos da América em 2015, altura em que estas agências reivindicaram que esteja à vista no mínimo metade de um anúncio seu por um segundo contínuo (Dvorkin, 2015). Como se não fosse bastante, a situação ainda se agravou devido ao uso de aplicações de bloqueio de publicidade, como a Adblock, ter disparado, o que veio agravar a crise da publicidade online, e conseqüentemente do jornalismo que depende desta fonte de receita. Outro problema que se revela fulcral nesta medida, é a fuga das agências publicitárias para motores de busca e redes sociais, como a Google ou o Facebook, que arrecadam a grande percentagem de receitas publicitárias: em 2017 foi estimado que por cada dólar empregue em publicidade no ocidente, 90% acabava nos cofres destes dois titãs (Simons, 2017).

De facto, a grande maioria das organizações jornalísticas não foram capazes de assentar sobre um modelo jornalístico online firme e sustentável, e nos entretantos o

público habituou-se a adquirir informação jornalística e teoricamente fiável de forma gratuita, hábito que agora parece ser difícil de contrariar.

Por consequente, os modelos de negócio usuais entre os meios de comunicação começaram a ser repensados para poderem ser empregues em modelos de prática de *Slow Journalism*, uma vez que estes também substituíram os “provedores de conteúdo” por autores e os algoritmos por artigos aprofundados e uma escrita mais diferenciada e apelativa (Dowling, 2016). Através desta visão tende-se a considerar humanisticamente o público, na perspetiva em que existe da sua parte um desejo por informação fiável sobre o mundo que a rodeia, que tenha sido investigada, verificada e que seja apresentada de uma forma convincente (Abramson, 2010), e não analiticamente onde o público apenas representa números ou *views*, estando antes interessados em que os seus leitores entendam a informação que lhes é dada e que se lembrem e tenham consciência que a informação que receberam foi útil, relevante e que os ajudou a analisar e a retirar as suas próprias conclusões (Pedriza, 2017).

Estes meios assumidamente praticantes de *Slow Journalism* não se inserem em conglomerados de media, sendo correntemente iniciados por profissionais que se rebelam contra a mediocrização do setor (Carretero & Bariain, 2016) e muitos estão de acordo na vontade de não depender das receitas da publicidade que caracterizam o funcionamento dos media “tradicionais” (Pedriza, 2017), tanto de forma a conseguirem manter uma verdadeira independência editorial (elemento considerado fulcral neste tipo de publicações), como porque é considerado que o modelo publicitário tradicional coloca em causa a relação que se pretende estabelecer entre o jornalismo (os jornalistas) e o público (Dowling, 2016), pois a publicidade (principalmente a digital, através de pop-ups e banners) compete pela atenção do leitor, o que é visto como contraproducente. Os meios jornalísticos “lentos” abdicam igualmente do “fetiche do furo” (Prazeres, 2018) que pauta a maioria dos restantes meios e têm “a sua viabilidade financeira muitas vezes restrita a formas independentes de financiamento” (idem, p.132).

Começou assim, portanto a ser repensado o modelo de negócio, onde existe um uso limitado ou nulo de publicidade, a qual existindo faz parte de um eclético conjunto de fontes de receita, como doações, subscrições, patrocínios, realização de workshops etc. Mesmo para se conseguir iniciar uma publicação conotada com o *Slow Journalism*,

tem-se evitado recorrer a “investidores anjo” (*angel investor*)⁴⁰, enveredando-se antes por alternativas como o crowdfunding – responsável pelo surgimento do meio holandês *De Correspondent*⁴¹, que, em 2013, angariou mais de um milhão de euros em oito dias - e doações.

Estas abordagens económicas permitem assim, a muitos meios de comunicação, uma distintiva independência editorial, a qual reivindicam. A título de exemplo, a revista espanhola *Jot Down*⁴², apostou, entre outros fatores, em transparentes patrocínios restringidos a 10% do espaço da revista, o que inclusive conduziu a um aumento de lucros nas subscrições, (Dowling, 2016, 531). O principal meio de financiamento, contudo, é a venda física da revista (15€ a edição) que, pelo menos em 2014, representava 70% da sua receita total, numa tiragem média de 15 mil cópias (Carretero & Bariain, 2016, p.528). Outro aspeto a considerar relacionado com a *Jot Down*, prende-se com a criação do seu próprio sistema de distribuição, *Soidem*, que distribui várias publicações que partilham a promoção de práticas de *Slow Journalism* (Carretero & Bariain, 2016, p.529), detendo para isso vastos postos de venda.

Desacreditados com um ecossistema mediático cada vez mais dominado por publicitários que incitam os grupos de comunicação a fornecer conteúdo gratuito (Dowling, 2016), e em detrimento da conceção do jornalismo onde é concedida prioridade à luta por “números”, tendo por objetivo conquistar os anunciantes, o que acarreta graves distorções no que toca ao relato da atuação e prejuízos no uso dos critérios jornalísticos (Correia, 2006), os responsáveis por publicações de *Slow Journalism* (e portanto menos numerosas e mais lentas) acreditam que o público estaria

⁴⁰ Termo [definido pelo Dicionário de Oxford](#) como “a person who supports a business by investing money in it, especially somebody who supports a new small business with their own Money”. Estes investidores, que não detêm posições executivas mas que atuam igualmente como conselheiros, financiam os projetos para mais tarde terem o devido retorno financeiro, o que regularmente conduz a uma perda de independência por parte dos fundadores e dos seus projetos, ainda que não de uma maneira óbvia ou evidente.

⁴¹ Mais tarde, com a boa aceitação do [De Correspondent](#), seguiu-se a criação do *The Correspondent*, em língua inglesa, o qual já foi anteriormente referido. A plataforma de “unbreaking news”, foi lançada a 30 de setembro 2019 após também ter sido levada a cabo uma ação de crowdfunding que, tal como revelou o cofundador e CEO Ernst Pfauth (2019), angariou 2,6 milhões de dólares através de 45,888 membros de mais de 130 países.

⁴² [Revista trimestral de Slow Journalism fundada em 2011](#), que se intitula como “un magacín cultural, independiente, socialmente solidario, europeo y latino-americano” e que “se esfuerza por presentar diariamente una información veraz, lo más completa posible, interesante, actual y de alta calidad, de manera que ayude al lector a entender la realidad y a formarse su propio criterio”.

disposto a pagar por histórias escritas de acordo com padrões e valores jornalísticos mais elevados, nalguns casos até mesmo como doações voluntárias (Dowling, 2016), o que é em parte corroborado pela ideia que Greenberg considera como originalmente sua (2015, p.555), onde avalia o *Slow Journalism* como: “an example of high-margin journalism at the luxury end of the market, compared to high-volume news at the other, or conventional journalism in the middle”.

Na investigação de Drok e Hermans (2016) realizada com jovens holandeses (16-39 anos), foi concluído que a maioria quer as notícias disponíveis online e gratuitamente mas, a conclusão mais importante que se seguiu, foi a de que quase um terço destes jovens utilizadores mostra interesse em *Slow Journalism*, motivados essencialmente por uma preferência por histórias aprofundadas e contextualizadas, por uma maior variedade de fontes e perspetivas e também por uma maior orientação relativamente às perspetivas das pessoas, de forma a retirar soluções e “dicas” para o futuro, o que se pode resumir numa perceção do jornalismo mais investigativa e mobilizadora, tal como apontam os investigadores. Noutro estudo conduzido por Lamb (2013, p.10-11), acerca do uso de tablets para consumo noticioso, cerca de 44% dos inquiridos assumiu usar o aparelho para ler artigos aprofundados ou de investigação. Ainda no mesmo estudo, numa escala de 1 (nada atrativo) a 5 (extremamente apelativo), a opção “In-depth and/or investigative articles to read at your leisure” obteve uma pontuação de 3.78 (p.12), deixando os inquiridos ainda a sugestão de se adicionar “more narrative writing” aos conteúdos (p.13).

A rapidez que as novas tecnologias trouxeram acarreta igualmente consigo uma considerável perda de valor para o *Fast Journalism* (tal como ficou evidente no parágrafo anterior), situação que estava já bem explicada em 2012 num estudo da *World Association of Newspapers and News Publishers* (Bañares, p.7):

(...) in a world saturated with information it's impossible to establish a value – or charge for content – that is readily and ubiquitously available, such as breaking news, quick updates, search or interactivity that proliferate on the internet. Only scarce content with high value added, which explains the how, why, what it means, and what's next, as well as analysis, data journalism, exclusives, expert opinion, local information, etc., which cannot be found elsewhere, can expect to draw payment.

Tal como não deixa de estar explícito nestas considerações, o *Slow Journalism* detém então, por norma, um modelo de negócio que também assenta fortemente na marca, ou melhor dizendo: “an anti-brand, one profoundly resistant to the homogenizing standardization of massproduced online news according to the Journatic model” (Downling, 2016, p.541).

No que toca à questão financeira, as publicações (independentes) que se consideram de *Slow Journalism* podem realmente ser viáveis, mas dependendo bastante da qualidade da sua informação e da sua aceitação por parte do público, que considere que é algo diferente pelo que vale a pena pagar. Bathke (2019), considera que alguns fatores podem ser determinantes para as publicações de *Slow Journalism* conseguirem singrar: uma produção “gerenciável”; um jornalismo de qualidade que ajude os seus membros a retirar um sentido do mundo; o envolvimento dos membros, de preferência editorialmente; focar na ideia de participação, “membership”; uso de crowdfunding, principalmente importante para a construção de uma rede primária de membros fiéis, ansiosos por desempenhar um papel ativo. Os meios praticantes de *Slow Journalism* tentam, portanto, capitalizar a relação que desenvolvem com os seus membros.

Outra questão que se revela fundamental para o êxito financeiro destas publicações, também na opinião de Benjamin Bathke (2019) é a da capacidade de os leitores conseguirem resistir ao denominado FOMO (fear of missing out), propiciado em grande parte pelas redes sociais.

Destas considerações se depreende que o público só aceita despende dinheiro em algo que considere realmente especial, com qualidade, luxuoso. Aliás, tal como defende Susan Greenberg (2016, p.556) - baseando-se nas considerações de Michael Porter (1980, p.41) de que “The firm stuck in the middle is almost guaranteed low profitability” - as publicações jornalísticas, por forma a serem rentáveis, devem ou ser baratas e em grande quantidade ou mais seletas e de alta qualidade - representando neste caso o *Slow Journalism* – sendo que as restantes, as que estiverem no meio, são as que “sofrem”.

Capítulo III – Desenho da investigação

Tal como já foi explanado, o público está cada vez mais imerso num frenético rodopio informativo que aparenta ser, e tudo indica que seja, infinito. Com essa infinitude, perde-se o sentido. O *Slow Journalism* procura, assim, recuperar esse sentido, impondo-se à celeridade informativa premente.

O cerne da questão prende-se com a indeterminação do que é *Slow Journalism*, vocábulo vago e plurívoco, mesmo na sua praticidade. Tal como foi explanado previamente na revisão de literatura, o *Slow Journalism* pode ser entendido de diversas formas, inclusive como corretivo da prática jornalística. Ora, no presente estudo pretende-se então tentar depreender no que consiste *Slow Journalism* através de um exemplo prático num meio jornalístico nacional, recorrendo-se neste caso à revista *Visão*. O processo da produção de *Slow Journalism* é muitas vezes inconsciente e torna-se, portanto, importante tomar consciência deste mesmo processo, analisá-lo e tentar discernir o que daí se pode retirar. Almeja-se alcançar uma maior perceção deste tipo de jornalismo e no que ele consiste objetivamente, para que possa ser usada referencialmente no futuro. Simultaneamente objetiva-se apreender quais são as temáticas e âmbitos mais prevalentes no *Slow Journalism*, qual a importância editorial atribuída a este tipo de jornalismo e que ilações se podem retirar dessa depreensão.

Este relatório demarca-se por adentrar na questão do *Slow Journalism* a nível nacional, pois o assunto foi até agora pouco ou nada analisado academicamente em Portugal. As referências em língua portuguesa roçam a inexistência, sendo esta assim uma matéria bastante restringida à língua inglesa. Mesmo no que se refere a estudos estrangeiros, estes são reduzidos, sobretudo os de cariz empirista.

O presente relatório distingue-se ainda pelo facto de nunca um meio de comunicação português ter sido tomado como caso de estudo em análises empíricas acerca de *Slow Journalism* (já o foram, por exemplo, meios ingleses, dinamarqueses, norte-americanos, alemães, entre outros). A revista *Visão* vai assim ser tomada como objeto de estudo, embora esta não seja genéricamente uma publicação de *Slow Journalism*, apresentando, contudo, conteúdos que se enquadram neste género jornalístico. É assim igualmente propósito deste estudo inferir os âmbitos e demais fatores inerentes da produção de *Slow Journalism* em Portugal, tomando como objeto de estudo a já referida revista *Visão*.

Objetivo e questões de investigação

Tendo em conta o que foi descrito em cima, consideram-se as seguintes perguntas, para as quais se pretendem encontrar respostas e explicações:

Q: Quais as características editoriais dos artigos decorrentes da prática de *Slow Journalism* na revista *Visão*?

Q2 (complementar): Qual é a percepção que os jornalistas da *Visão* têm sobre a prática de *Slow Journalism*?

Metodologia

Por forma a responder às questões supra enunciadas, adotou-se uma postura metodológica mista (quantitativa e qualitativa) assente em dois procedimentos: análise de conteúdo e entrevistas. O método de observação participante foi ainda considerado à partida, mas acabou por ser excluído, uma vez que além da possível parcialidade e falta de isenção, os constrangimentos derivados da crise pandémica relativa ao novo coronavírus foram extensos e comprometedores quanto à experiência de redação, tal como já foi previamente abordado.

Análise de conteúdo

Na análise de conteúdo, o site online da *Visão* foi preterido à partida em prol da revista impressa, uma vez que, e tal como está também explícito nos resultados adiante, o papel é o meio preferencial a nível editorial, desempenhando o online uma função secundária e de “isco”, visando atrair os leitores para a compra posterior da revista impressa ou para a compra da assinatura digital da mesma, algo que também será aprofundado através das entrevistas realizadas.

Como objeto de estudo são consideradas todas as edições impressas da revista durante os seis meses de estágio, entre a edição nº 1427 (9/7 a 15/7/2020) e a edição nº1453 (7/1 a 13/1/2021), o que perfaz um total de 27 revistas analisadas. No processo não são considerados os artigos que contemplam o género “entrevista”.

A totalidade dos artigos foram então analisados à luz de cinco critérios, escolhidos como os mais representativos da ideia de *Slow Journalism* e também como os menos subjetivos possíveis, ou seja os mais rigorosos e impassíveis de serem

enviesados por uma noção subjetivamente pessoal. Isto porque a categorização de *Slow Journalism* é realmente deveras subjetiva e na verdade pode assemelhar-se bastante, por exemplo, a *Feature Journalism*⁴³ e a Jornalismo Narrativo⁴⁴. Desse modo, tentando contornar e combater essa dificuldade e impor uma metodologia rigorosa, serão considerados artigos de *Slow Journalism* aqueles que possuam a si inerentes metade dos critérios propostos (ou seja, por arredondamento, os artigos que detenham três dos cinco critérios).

Esta escolha de critérios baseou-se nos trabalhos prévios de Neveu (2016) e Carretero & Bariain (2016) que tentam elencar características inerentes a este tipo de jornalismo, e que, nas suas junções, se traduzem em cinco critérios principais e específicos, em relação ao conteúdo: **1)** vai além da atualidade – ou seja, não se restringe aos temas ditados pela agenda mediática; **2)** é aprofundado - contém investigação, contexto, diversidade de fontes, abordagens; **3)** utiliza técnicas narrativas; **4)** serve a comunidade – no sentido de ser útil, de apresentar informações de que o público possa fazer uso na sua vida; **5)** é participativo – conta com a colaboração de cidadãos comuns, encara o público como uma mais valia.

No total, esta ação de análise em 27 revistas traduziu-se em 36 artigos considerados de *Slow Journalism*⁴⁵.

Também de forma a analisar os artigos, procedeu-se à construção de tabelas em Excel⁴⁶. Um dos indicadores considerado pertinente é, a título de exemplo, a importância atribuída a cada um dos temas considerados de *Slow Journalism*, através da sua presença ou ausência na capa da revista, e em que medida de destaque.

Relativamente ao género dos artigos, foi utilizada como base a classificação de Marques de Melo (complementada com artigos de investigação de outros autores que

⁴³ Conceito também ele muito subjetivo. *Feature Journalism* é habitualmente encarado como género (Steensen, 2009) e como detendo, habitualmente, as seguintes características: é narrativo; é menos “sensível” à questão temporal e a prazos; pode conter descrições subjetivas e reflexões do jornalista; é, por norma, um jornalismo mais pessoal e emocional; é apelativo esteticamente e faz amplo uso da imagem (especialmente fotografia)

⁴⁴ Também referido muitas vezes como Literário, o Jornalismo Narrativo aplica o estilo e as técnicas da ficção à não-ficção, através do relato de histórias, eventos e situações do presente (e não do passado, distinguindo-se assim da narrativa literária), por norma através da descrição a partir de uma perspetiva pessoal, ou seja através dos olhos de pessoas reais presentes, que assim se tornam personagens. (Van Krieken & Sanders, 2017).

⁴⁵ Expostos numa [tabela](#) com os respetivos critérios, no final do relatório.

⁴⁶ [Tabela](#) colocada no final do relatório.

têm como base essa mesma classificação) que divide os artigos jornalísticos em cinco gêneros que por sua vez também se subdividem: **Informativo** (Nota, Notícia, Reportagem e Entrevista); **Opinativo** (Editorial, Comentário, Artigo, Resenha, Coluna, Caricatura, Carta e Crônica); **Interpretativo** (Análise, Perfil, Enquete, Cronologia e Dossiê); **Diversional** (História de interesse humano e História colorida); **Utilitário** (Indicador, Cotação, Roteiro, Serviço). Desde logo, tendo em conta o conceito de *Slow Journalism*, podem ser retirados à partida o gênero Opinativo e os seus subsequentes “subgêneros” e ainda os subgêneros notícia, nota e entrevista, relativos ao gênero Informativo. Foi ainda usada na análise a classificação de Steen Steensen que divide o gênero em *Perfil*, *Histórias de Interesse Humano* e *Reportagem* (que se divide por sua vez em *News Reportage*, *Background Reportage* e *Feature Reportage*)

Torna-se assim importante para o presente relatório, uma vez que foram os gêneros contemplados pelos artigos após a respetiva análise, explicitar algumas das subdivisões dos gêneros interpretativo e utilitário da classificação de Marques de Melo.

Assim sendo, dentro do gênero interpretativo, que desempenha um papel mais esclarecedor e educativo, a sua divisão dá-se em: Dossier, que se traduz num conjunto de informações que pretendem, além de informar, contextualizar o leitor, ou seja acaba por ser um “mosaico destinado a facilitar a compreensão dos fatos noticiosos”, o que muitas vezes se traduz numa “Condensação de dados sob a forma de ‘boxes’, ilustrados com gráficos, mapas ou tabelas” (Marques de Melo & Cordenonssi, 2008); Perfil, ou seja, o relato biográfico, mais ou menos sintético, de figuras de notoriedade; Enquete que consiste em experiências, ou seja “os relatos dos indivíduos, pois representa a forma como eles se relacionam com os acontecimentos” (Idem).

Já dentro do gênero utilitário, que representa um jornalismo que ajuda e colabora na tomada de decisões por parte do público, este subdivide-se, tal como explicita Tyciane Vaz (2008), em Indicador, quando apresenta “Dados fundamentais para a tomada de decisões cotidianas (cenários econômicos, meteorologia, necrologia)”; Cotação, quando são fornecidos “Dados sobre a variação dos mercados: monetários, industriais, agrícolas, terciários”; Roteiro, através da apresentação de Dados indispensáveis ao consumo de bens simbólicos; Serviço quando tem “Informações destinadas a proteger os interesses dos usuários dos serviços públicos, bem como dos consumidores de produtos industriais ou de serviços privados”.

Por outro prisma, tendo em conta a ampla semelhança já enunciada entre o *Slow Journalism* e o *Feature Journalism*, será também usada uma classificação de Steensen (2018) aplicada a este último tipo de jornalismo, onde os géneros são divididos em Perfil, Histórias de Interesse Humano e Reportagem, que se subdivide por sua vez em *News Reportage*, *Background Reportage* e *Feature Reportage*⁴⁷: “The primary purpose of news reportage is to inform, while background reportage explains and feature reportage entertains.” (Steensen, 2018, p.6).

Entrevistas

Os dados obtidos através da análise de conteúdo das revistas foram complementados, contrastados e analisados, à luz das entrevistas realizadas a jornalistas, e um elemento diretivo da revista *Visão*, especificamente os jornalistas Miguel Carvalho (2 maio 2021), Rui Antunes (28 abril 2021) e Vânia Maia (5 maio 2021) e a subdiretora da revista, Sara Belo Luís (19 maio 2021). Devido aos entraves colocados pela pandemia, as entrevistas não foram realizadas presencialmente, tal como seria preferível, mas sim por via telefónica.

De forma a demonstrar que as entrevistas podem ser valiosamente complementares, é também através destas que se vai tentar perceber a valorização dos artigos de *Slow Journalism*, mediante a contrastação da informação retirada da análise de conteúdo (por exemplo, o destaque que é dado na capa) com a opinião do editor. Através deste contraste e desta complementaridade (mais objetiva e menos subjetiva) pretende-se discernir qual a importância editorial atribuída aos artigos de *Slow Journalism*.

As entrevistas são igualmente importantes nas considerações acerca das condições de produção dos artigos de *Slow Journalism*. De modo a inferir a quantidade de tempo despendido na produção deste género de conteúdos, a sua preparação (a nível editorial, como é estabelecida a ideia da realização daquele género de artigos, os *deadlines* impostos, entre outros aspetos que sejam considerados relevantes).

⁴⁷ Optou-se pela manutenção dos termos em inglês uma vez que a sua tradução para a língua portuguesa é complicada e passível de distorção dos termos.

Capítulo IV - Apresentação de Resultados

No presente capítulo são apresentados os resultados decorrentes da análise de conteúdo efetuada aos 36 artigos de *Slow Journalism* que compõem o corpus de análise.

Referente à forma, são tidos em conta os aspetos mais físicos e visuais dos artigos, como os temas sobre os quais os artigos se debruçam, o seu âmbito, género, secção, elementos visuais, entre outros que se revelem meritórios de inclusão. Quanto à análise referente à produção, a qual se foca nos meios de produção dos artigos e opções editoriais e de ação, serão escrutinados os aspetos referentes aos critérios editoriais, à autoria, a disponibilização dos artigos no online, os fatores que condicionam a produção e modus operandi dos jornalistas como a investigação, a transparência ou a forma de escrita.

Os resultados da análise de conteúdo são paulatinamente contrastados e complementados com os dados qualitativos recolhidos decorrentes das entrevistas semiestruturadas feitas aos jornalistas da *Visão* Rui Antunes, Vânia Maia, Miguel Carvalho (que consta na ficha técnica da revista como redator principal e grande repórter da *Visão*⁴⁸), e Sara Belo Luís, sendo que esta última ocupa igualmente o cargo de subdiretora da revista, por forma a agilizar de uma maneira lógica a correlação entre as assunções decorrentes da análise e as respostas dos entrevistados.

4.1. Critérios Editoriais

Através da análise realizada tendo em conta os cinco critérios⁴⁹ enunciados na metodologia, apurou-se que em 27 edições analisadas constam 36 artigos que são considerados *Slow Journalism*, o que representa uma média de 1,33 artigos de *Slow Journalism* por edição. É também digno de nota que em quase todas as edições constou pelo menos um artigo de *Slow Journalism*, à exceção de 5 edições, facto para o qual se

⁴⁸ Sendo que à data do último número da revista pertencente ao Corpus de Análise – 13/01/2021 - e tal já foi explicitado anteriormente, só existem mais três grandes repórteres: Cláudia Lobo, José Plácido Júnior e Rosa Ruela.

⁴⁹ 1) vai além da atualidade – ou seja, não se restringe aos temas ditados pela agenda mediática; 2) é aprofundado - contém investigação, contexto, diversidade de fontes, abordagens; 3) utiliza técnicas narrativas; 4) serve a comunidade – no sentido de ser útil, de apresentar informações de que o público possa fazer uso na sua vida; 5) é participativo – conta com a colaboração de cidadãos comuns, encara o público como uma mais valia

deve atender tendo em mente que duas das edições foram as “especiais” de fim de ano (edição nº1451) e de Ano Novo (edição nº1452), o que justifica a inexistência de artigos de *Slow Journalism* nestas edições.

Assim, de acordo com os cinco critérios editoriais adotados para a análise, apurou-se que dentro dos 36 artigos considerados de *Slow Journalism*, os critérios com maior presença, em igual montante (**91,7%**), foram os critérios de **profundidade** e de **utilização de técnicas narrativas**, sendo que a ampla frequência deste último critério editorial, reforça a assunção de promiscuidade entre o *Slow Journalism* e o *Feature Journalism* ou jornalismo narrativo/literário. Não obstante, este critério é considerado uma marca identificadora de *Slow Journalism*, tal como corrobora a sua forte presença na maioria dos artigos, como é por demais evidente em artigos como “Marvão, um outro Alentejo” (edição nº1435, p.91)⁵⁰.

No que toca ao critério de **profundidade**, este engloba fatores como a diversidade de fontes e a contextualização, mas destaca também o fator da investigação, que está bastante premente em várias das peças que compõem o corpus de análise. Além de artigos históricos, cuja realização obviamente carece de muita investigação a esse nível (literário e de consulta) e de artigos de análise (para os quais é necessária muita investigação analítica) também artigos como o “As mãos que Embalam Ventura (edição nº1429, p.36)” e “O estado oculto do Chega” (edição nº1449, p.40) - artigos de caráter investigativo que se debruçam sobre o político André Ventura e o seu partido Chega - necessitaram de muita investigação. O jornalista Miguel Carvalho explicou que achou importante investigar o fenómeno do CHEGA, no sentido de ir além das polémicas e de tentar perceber o seu surgimento e como as pessoas ali chegavam, recusando-se a acreditar que era tudo preto e branco (que eram todos racistas, xenófobos, neonazis etc.), queria entender e dar a perceber o cinzento que por norma passa pelos pingos da chuva. Quis ir além da notícia pela notícia, “*soundbite* pelo *soundbite*” e foi no encalce de descobrir as dinâmicas, tribos, trincheiras e temas de “um partido que está a extremar e radicalizar a sociedade portuguesa”.

⁵⁰ A frase de entrada da peça exemplifica esta utilização de técnicas narrativas: “Atravesse-se a pé a Porta de Rodão – os carros ficam fora das muralhas -, e entre-se na vila de Marvão com os sentidos despertos. Às quatro da tarde, o calor faz-se sentir, mas o cheiro a doce paira no ar, sinal de que há novas fornadas de bolachas e pastéis de castanha na Marvão com Gosto”.

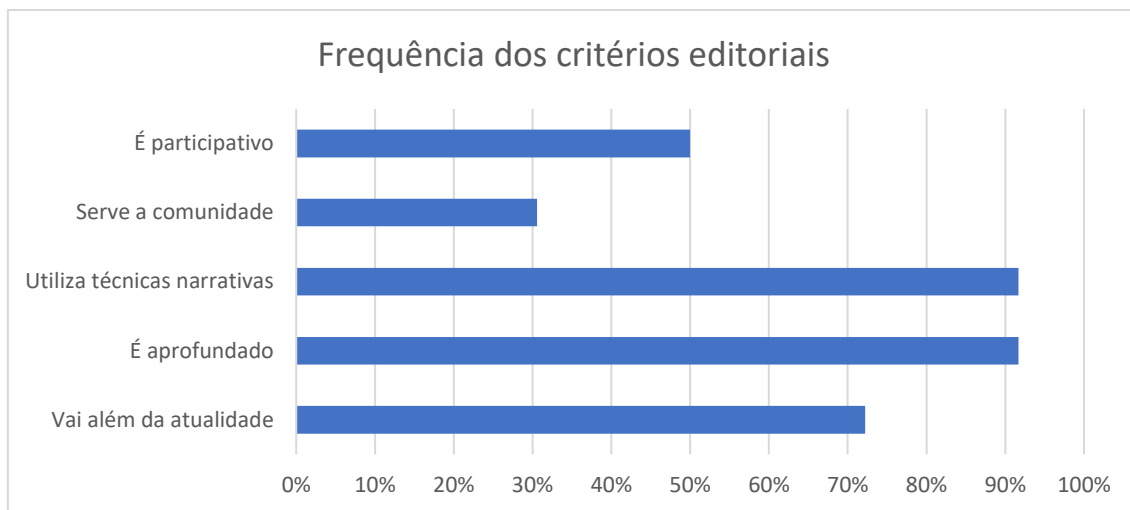


Figura 2. Frequência dos critérios editoriais (gráfico). Fonte: Autoria própria.

Tal como está representado no Gráfico 1, importa tal-qualmente reter que metade dos artigos de *Slow Journalism* da *Visão* apresenta o critério de **participação (50%)**, o que é significativo. O *Slow Journalism* parece assim figurar, não só pela sua conceção mas também pelo exemplo editorial da revista *Visão*, como um tipo de jornalismo participativo, habilitado a dar espaço à voz do público e das “pessoas comuns” e não apenas à das figuras proeminentes, que por norma ocupam o ecossistema mediático. Além disso, desta forma, ocorre uma “humanização” do jornalismo. Este fator está bastante patente em artigos como o “Uma Geração Adiada” (edição nº1448, p.60), no qual são abordadas as marcas da pandemia nos jovens e onde foram recolhidos diversificados testemunhos entre elementos das gerações mais novas, dando assim voz aos seus problemas e mostrando a sua realidade.

O critério de **servir a comunidade (30,6%)**, no sentido de ajudar de uma forma útil e prática a vida dos elementos da comunidade, é também de ser tido em conta, uma vez que apresenta uma frequência de perto de um terço entre os artigos que compõem o corpus em estudo. Este critério fica explícito em alguns artigos, podendo o “Ondas de preocupação” (edição nº1427, p.27) – onde foi abordada a possibilidade de uma segunda vaga da pandemia Covid19 e onde, entre outras informações relevantes, foram esplanadas dicas como a dos comportamentos a adotar no caso de os leitores contactarem com casos positivos - servir como um bom exemplo.

Derivado da própria conceção de *Slow Journalism* é também natural que o critério de **ir além da atualidade (72,2%)**, apresente uma frequência elevada, pois a definição de *Slow Journalism* já o prognostica em grande parte. O jornalista da *Visão*

Rui Antunes, em entrevista, foi ao encontro deste ponto, argumentando inclusive que o seu trabalho “A Vida dos brasileiros ricos em Portugal” (edição nº1428, p.28), “foi tão slow que saiu 1 ano depois das primeiras conversas”, isto porque ficou de baixa. A jornalista da *Visão* Vânia Maia refere uma situação idêntica na produção do artigo “Portugal, a outra Terra Prometida” (edição nº1436, p.56), pois produziu o artigo (novembro) e quando este estava prestes para ser publicado (início de dezembro), surgiu a pandemia, fator que ditou o adiamento da publicação do artigo e a dedicação da jornalista a este “novo” tema até ao início do verão, altura depois em que saiu efetivamente o referido artigo. O episódio contribuiu assim para a ideia de *Slow Journalism* da jornalista, que passa por: “ter o tempo que se ache necessário para fazer o artigo, tempo esse que, de uma forma óbvia, também varia muito conforme os artigos. E essa questão do tempo é mesmo o fator mais essencial, porque de resto, são as técnicas que já conhecidas, a de verificação, ouvir as diversas partes, entre outras coisas, que são os métodos que já se usam mais ou menos aprimoradamente consoante o tempo disponível”.

Outro dos jornalistas entrevistados, Miguel Carvalho, explica que não há propriamente, nem pode haver, um timing definido quando se tratam temas deste “género” de *Slow Journalism*, referindo-se principalmente a peças de investigação, tal como as que o jornalista da *Visão* realizou sobre o CHEGA e André Ventura, dizendo que a variação de tempo necessário é inevitável, dando o seu exemplo em concreto: “Quando eu comecei a puxar os fios sobre o CHEGA, não sabia onde ia parar”, além de que este género de investigação requeria que conhecesse o partido por dentro, fosse a comícios, jantares, falar com dezenas de militantes e dirigentes, indivíduos que por norma nem falam facilmente ao telemóvel, apenas pessoalmente.

O jornalista da *Visão* reconhece inclusive que é um “privilegiado”, no sentido em que a *Visão* lhe permite um tempo de investigação e reportagem que não é dado a muita gente, mas que foi igualmente algo que conquistou, visão concordante com a da jornalista Vânia Maia que considera que existem profissionais que conseguiram conquistar um estatuto e o seu “espaço” mas que, para alguém que ainda não tenha alcançado esse estatuto, “é muito complicado conseguir realizar temas aprofundados e de poder publicar apenas quando acha que conseguiu o melhor possível”. Não obstante, aquando das primeiras investigações para o primeiro artigo de investigação sobre o tema, surgiu a pandemia provocada pelo novo coronavírus e o CHEGA deixou de ser

assunto, de ocupar o espaço mediático, pelo que ficou “congelado”, desenvolvendo Miguel Carvalho trabalhos unicamente relacionados com a pandemia, o que faz sobressair o poder da agenda mediática e a submissão que esta impõe aos órgãos de comunicação e aos seus profissionais.

Sara Belo Luís, jornalista e subdiretora da revista, explica que mais do que um deadline, existe um horizonte temporal dentro do género “vamos fazer isto até ao verão”, uma vez que a imposição de deadlines específicos muitas vezes acaba por ser impraticável no que toca a este género de artigos. Sara Belo Luís refere ainda, e indo de acordo com o que os jornalistas entrevistados também disseram, que é feita uma gestão dos trabalhos de longo prazo com os trabalhos de curto prazo: “os jornalistas quando estão a trabalhar nos artigos mais longos vão fazendo outras coisas mais pequenas e simples pelo meio, coisas do dia a dia, para o site por exemplo. É preciso gerir esta agenda, e os jornalistas têm liberdade para o fazer”.

4.2. Autoria (Jornalismo Colaborativo)

No que à autoria dos artigos concerne, não foi possível identificar a existência de determinados jornalistas da *Visão* mais direcionados para a produção de artigos de *Slow Journalism* (embora alguns sejam distinguidos como ‘Grandes Repórteres’), uma vez que a autoria destes artigos é demasiado heterogénea, tal como explicita a Tabela 1, abaixo representada. Esta heterogeneidade deve-se, provavelmente, ao facto da produção deste género de artigos, de um jornalismo mais lento, requerer mais investigação, análise, estudo, preparação e investigação, e, nesse sentido, acabar por ser distribuída por um largo número de jornalistas de modo a não existir uma sobrecarga pessoal. No mesmo sentido, ao ser necessário um maior período de tempo, têm de existir mais pessoas distributivamente a trabalhar em prol desses artigos.

Tabela 1. Autoria dos Artigos de Slow Journalism. Fonte: Autoria Própria.

	Autor	Género de Autoria dos Artigos	Total Participações
1	Catarina Guerreiro	1 individual	1
2	Clara Soares	1 individual	1
3	Filipe Fialho	1 individual	1
4	Florabela Alves	2 em conjunto	2
5	J. Plácido Júnior	2 individuais	2
6	Luís Almeida Martins	1 individual	1
7	Luísa Oliveira	1 individual + 2 em conjunto	3
8	Mafalda Anjos	1 individual	1
9	Margarida Vaqueiro Lopes	1 individual	1
10	Mariana Almeida Nogueira	1 em conjunto	1
11	Miguel Carvalho	3 individuais	3
12	Miguel Judas	1 em par, 1 em conjunto	2
13	Nuno Aguiar	1 em par + 1 em conjunto	2
14	Paulo Zacarias Gomes	1 individual	1
15	Rosa Ruela	1 individual + 1 em par + 1 em conjunto	3
16	Rui Antunes	2 individuais + 2 em par	4
17	Rui Barroso	1 em par + 1 em conjunto	2
18	Sandra Pinto	1 em conjunto	1
19	Sara Sá	1 individual	1
20	Sílvia Caneco	1 individual	1
21	Sónia Calheiros	2 individuais + 3 em conjunto + 1 em par	6
22	Susana Lopes Faustino	1 individual	1
23	Susana Silva Oliveira	1 em conjunto	1
24	Vânia Maia	3 individuais + 1 em conjunto + 1 em par	5

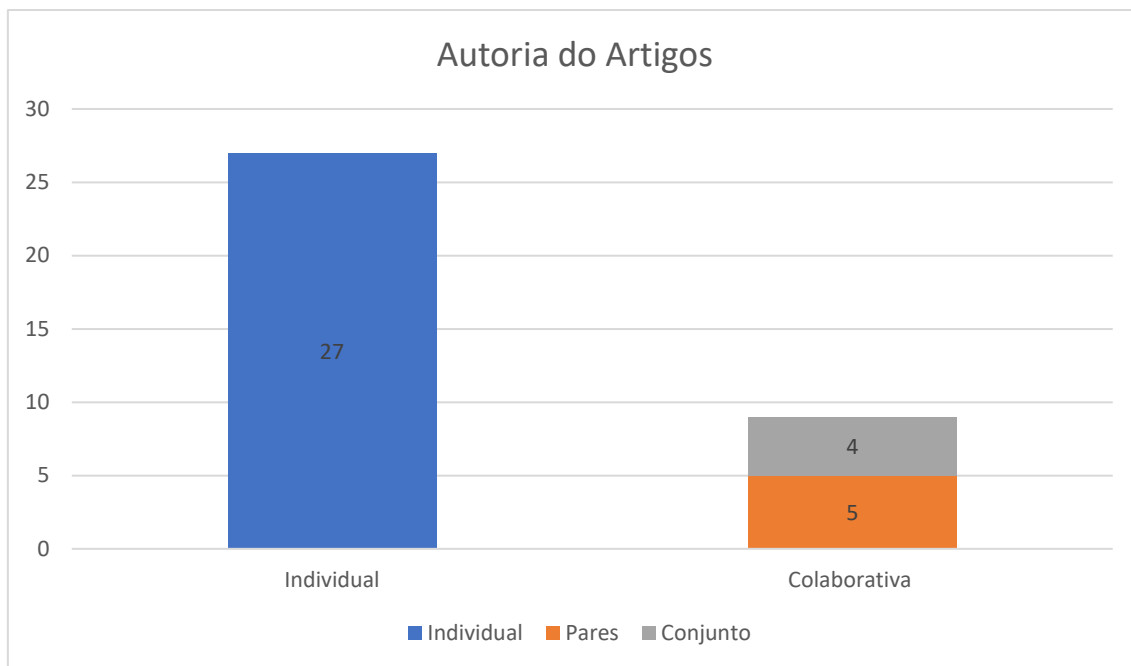


Figura 3. Autoria dos artigos (gráfico). Fonte: Autoria própria.

Ainda relacionado com a autoria e tal como está explícito na Tabela 1 e no Gráfico 2, existe em autoria ou coautoria o trabalho de 24 jornalistas, o que é por si só representativo da distribuição da produção de artigos de *Slow Journalism* entre os jornalistas da *Visão*. É também digno de nota a existência de trabalhos colaborativos que culminam em artigos de *Slow Journalism*, o que acontece numa escala de um para quatro, ou seja, enquanto foram realizados 27 **trabalhos individuais (75%)**, foram produzidos 9 **trabalhos colaborativos (25%)**.

Averigua-se assim uma existência expressiva de trabalhos colaborativos que culminam em artigos de *Slow Journalism*. O exemplo óbvio deste tipo de trabalhos colaborativos é o dossier especial de 28 páginas “Portugal longe das multidões” (edição nº1430, p.40), que consiste num conjunto de “minireportagens” com sugestões de locais para férias de verão em diferentes pontos de Portugal (Gerês, Trás-os-Montes e Alto Douro, Beira Baixa, Guadiana, Sagres), e no levantamento de outros locais de lazer como monumentos, praias fluviais ou passadiços. Neste caso contribuíram para a realização do portefólio nove profissionais entre jornalistas (Luísa Oliveira, Miguel Judas, Susana Silva Oliveira, Sandra Pinto, Sónia Calheiros, Florbela Alves) e fotógrafos (Diana Tinoco, José Carlos Carvalho, Lucília Monteiro). Uma das jornalistas da *Visão* que foi entrevistada, Vânia Maia, considera este conceito de **jornalismo colaborativo** muito interessante no sentido de existir debate, se aliarem perspetivas e de se proporcionar uma maior e diversificada riqueza ao produto jornalístico, mas confessa

que muitas das vezes em que colaborou na produção de trabalhos deste género, a perspetiva de colaboração não foi essa, mas sim a de dividir trabalho entre colegas, principalmente devido ao tempo escasso disponível para a produção do artigo.

Também englobado neste parâmetro da colaboração e tal como foi revelado em entrevista pelo jornalista Rui Antunes, as imagens usadas no artigo *Animais de Companhia: Amor cruel* (edição nº1441, p.32) resultaram de uma ação colaborativa na realização do artigo, pois as fotografias presentes no artigo são da autoria de um fotógrafo exterior à *Visão*, João Azevedo, que fotografa cães e gatos para adoção em várias instituições⁵¹.

4.3. Temática e Âmbito

No que respeita à temática dos artigos, isto é, a temática em que foram incluídos, verificou-se uma diversidade, no entanto, a de *Sociedade* (**63,9%**) predomina esmagadoramente com 23 artigos, o que provavelmente se deve à sua ampla abrangência, no que ao número total de artigos desta temática na revista diz respeito, sejam de *Slow Journalism* ou não.

Embora numa proporção muito inferior, no patamar seguinte é a temática de *História* que acumula mais artigos (**19,4%**). Seguem-se as temáticas de *Lifestyle* (**16,7%**) e *Política* (**13,9%**), pelo que as restantes temáticas consideradas já são em números residuais, tal como está representado em abaixo pelo Gráfico 3: *Economia* (**8,3%**), *Saúde* (**8,3%**), *Religião* (**5,6%**), *Cultura* (**5,6%**), *Ciência* (**5,6%**), *Justiça* (**2,8%**), *Desporto* (**2,8%**) e *Ambiente* (**2,8%**).

⁵¹ A propósito de um projeto de solidariedade animal, que incentiva à adoção em vez da compra de animais de estimação, o [Be My Friend](#).

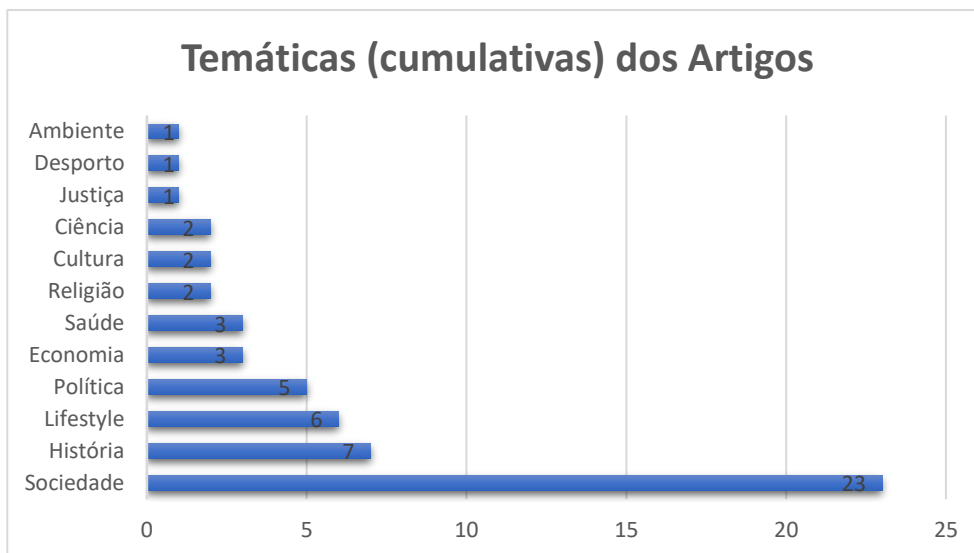


Figura 4. Temáticas (cumulativas) dos artigos (gráfico). Fonte: Autoria própria.

Em relação ao âmbito do artigo, a proporção dos artigos de **âmbito nacional (83%)** é também ela categórica em relação aos artigos de **âmbito internacional (11%)** e aos de **âmbito ambíguo⁵² (6%)**. Estes dados refletem que, pelo menos no que toca à produção de *Slow Journalism*, existe uma grande aposta no âmbito nacional, o que aparenta ser justificável pela maior facilidade de contacto com as fontes, idas aos locais, acesso a informação, dados e documentação. Sara Belo Luís, subdiretora da *Visão*, refere também que existe realmente um maior interesse dos leitores pelos assuntos nacionais e que essa perceção, justificada pela lei da proximidade no jornalismo, existe desde sempre.

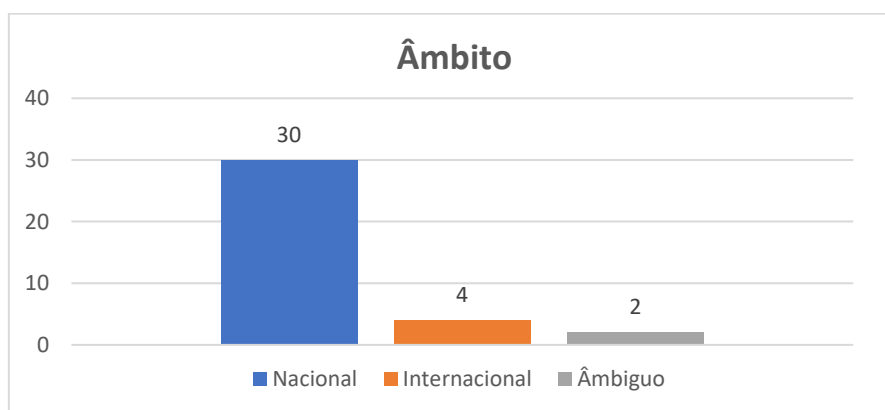


Figura 5. Âmbito dos artigos (gráfico). Fonte: Autoria Própria

⁵² Artigos que tanto apresentam informação e análise referentes a dados tanto de cariz nacional como internacional, não podendo ser considerados estritamente nem de âmbito nacional nem internacional, como acontece com os artigos “O poder dos novos 90 anos” (edição nº1432, p.49), onde são dados exemplos de nonagenários tanto Portugueses como estrangeiros, e “Ir à rede sem acabar pescado” (edição nº1436, p.62), artigo que se debruça sobre as estratégias e perigos do comércio online, com diversas informações relativas ao mundo em geral, dados relativos a Portugal, à Europa e ao Mundo.

Numa tentativa de se relacionar a temática e o âmbito dos artigos procedeu-se à escolha de um tema principal (na qual se tentou mitigar a subjetividade através da escolha da temática indicada no artigo online, no caso dos artigos que foram disponibilizados no site da *Visão*) e sobrepôs-se esse tema com o âmbito de cada um dos artigos, sobreposição essa da qual resultou o Gráfico 5 abaixo representado, do qual não é passível de serem retiradas conclusões significantes dada a diminuta presença de artigos de âmbito internacional ou ambíguo.

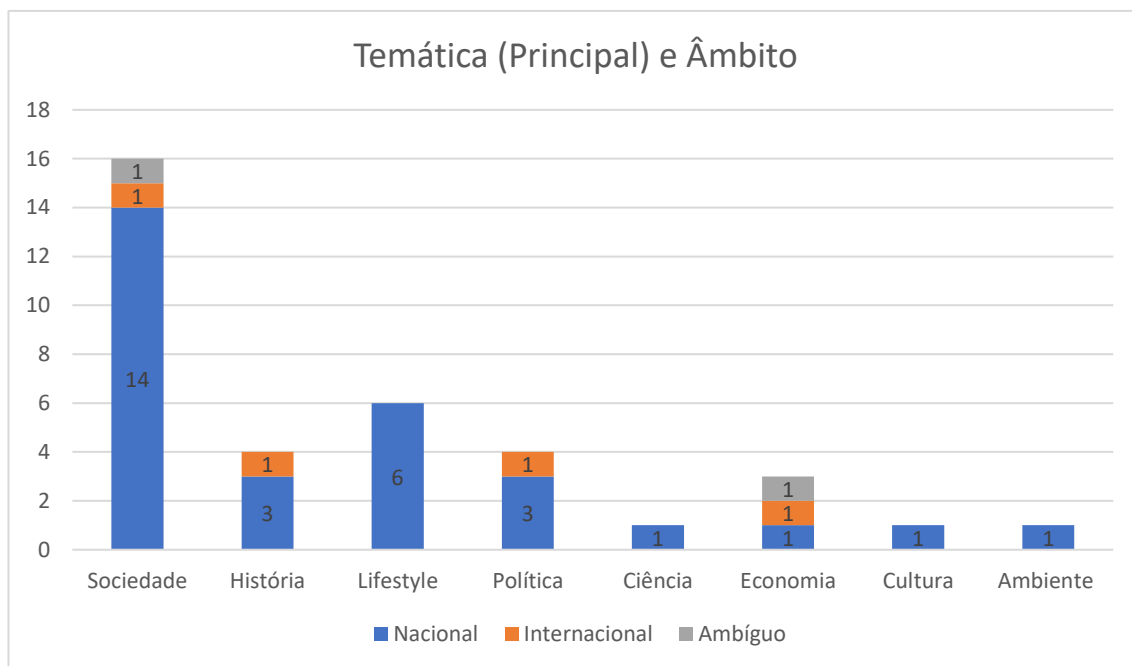


Figura 6. Gráfico referente à temática (principal) e âmbito. Fonte: Autoria própria.

No que se refere ao tema, e indo ao encontro da revisão de literatura, o corpus de análise apresenta artigos que realizam a cobertura de temas realmente lentos na literal aceção da palavra, como acontece por exemplo com artigos relacionados com o ambiente, onde a peça “Parque Natural embrulhado em plástico” (edição nº1438, p.50) - a qual aborda a questão ambiental de Mira, uma área considerada ambientalmente sensível mas que detém há largos anos diversas explorações agrícolas em estufas de plástico - exemplifica esta ideia. Este mesmo artigo serve similarmente como exemplo no que à abertura de novas discussões diz respeito, possível característica atribuída a artigos de *Slow Journalism*, tal como também foi averiguado na revisão de literatura e que condiz com a perceção que a jornalista da *Visão* Vânia Maia tem de *Slow Journalism*: “sendo honesta, o jornalismo que mais me interessa é este (um jornalismo mais lento e com tempo), que permite mergulhar a fundo nos temas, encontrar novas

questões, novos ângulos, que permite criar uma relação com as pessoas. Acho que estes fatores fazem muita diferença no produto final e trazem muitas mais valias”.

4.4. Secção, Capa e Género Jornalístico

No que à secção dentro da revista diz respeito, e tal como representa fielmente o Gráfico 6, a esmagadora maioria dos artigos de *Slow Journalism* não constam em nenhuma das secções que compõem a revista – *Radar*, *Focar*, *Vagar*, *Visão Se7e* – o que era expectável, uma vez que já era previamente manifesto que os grandes temas, ou os temas principais, da edição não constam agregados em nenhuma secção, surgindo inclusive no índice numa margem mais alargada e destacada. A exceção ocorreu com as secções *Visão Se7e* e *Vagar*, as quais abarcaram 3 e 1 artigos, respetivamente. Os 3 artigos da *Visão Se7e* detêm a temática de *lifestyle* enquanto o artigo da secção *Vagar* é sobre *cultura* (livros), o que se coaduna com a génese das secções, as quais são especificamente destinadas e sobre essas temáticas.

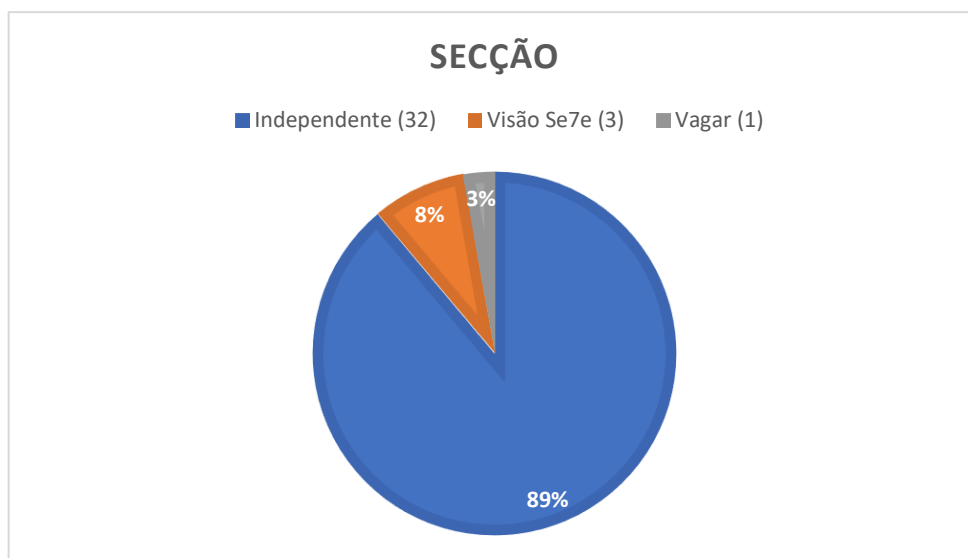


Figura 7. Secção (gráfico). Fonte: Autoria própria.

Através da análise do Gráfico 7 de seguida representado é possível perceber que a maior percentagem de artigos de *Slow Journalism* consta como **tema principal de capa (44,4%)**, do que se pode discernir que os conteúdos de *Slow Journalism* são observados como valiosos, relevantes e merecedores de destaque, servindo assim muitas vezes com o propósito de aliciar o público, assunção corroborada por Sara Belo Luís que adianta: “acho que é isso que faz a diferença, é com esses trabalhos que a *Visão* marca a diferença. As capas sobre o CHEGA, por exemplo, têm sido bem sucedidas em

termos de vendas, o que nos faz acreditar que haja interesse dos nossos leitores por este tipo de temas e artigos mais profundos.”

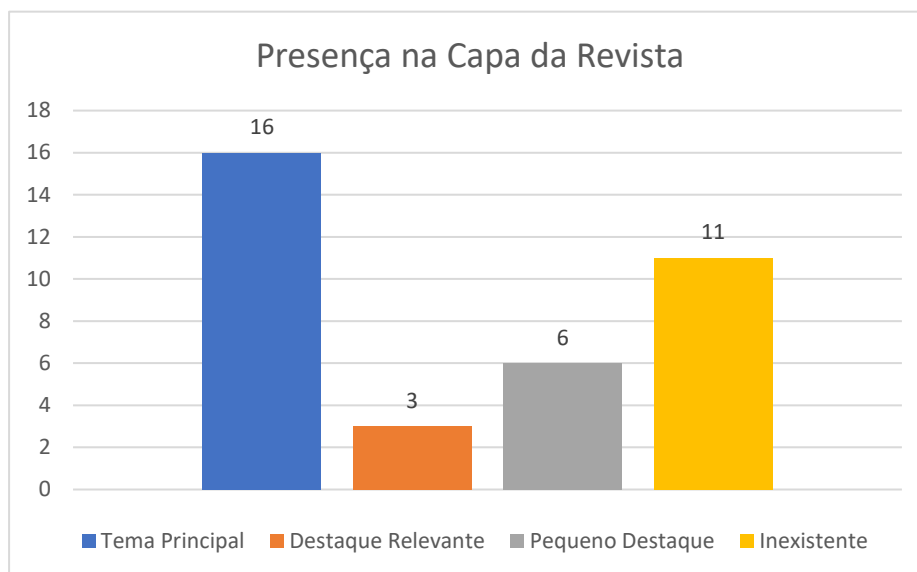


Figura 8. Presença na capa da revista (gráfico). Fonte: Autoria própria.

Não deixa de ser igualmente digno de nota o relativamente elevado número de artigos de *Slow Journalism* que **não têm referência na capa (30,6%)**. Em relação a este aspeto, a justificação pode estar precisamente encerrada na génese do *Slow Journalism*, uma vez que a sua “lentidão” e abordagem de assuntos “não do momento” podem conduzir a uma falta de destaque e “importância”, o que justifica a sua não-presença na capa. Seguem depois com menor expressão os artigos com **pequeno destaque na capa (16,7%)** e os que têm **um destaque relevante na capa (8,3%)**.

No que respeita à análise dos artigos consoante o seu género, esta pode ser “múltipla” e importa fazer desde logo a ressalva que amiúde se revela bastante complicada a atribuição – a qual é sempre em parte subjetiva - de um só género a determinados artigos. Por exemplo, segundo a classificação de Steen Steensen, já abordada na metodologia e que divide o género em *Perfil*, *Histórias de Interesse Humano* e *Reportagem* (que se divide por sua vez em *News Reportage*, *Background Reportage* e *Feature Reportage*), o artigo “Mesquita, basílica ou baixa política?” (edição nº1429 p.28) pode ser considerado tanto *News Reportage* como *Background Reportage*, uma vez que o objetivo principal é o de informar, dar a notícia (*News Reportage*) de que o Presidente Erdogan, da Turquia, retirou o estatuto de museu a Santa Sofia, para que passasse a funcionar de novo como mesquita. No entanto, visto que é feita uma considerável contextualização, a nível histórico e político, recorrendo-se

inclusive ao uso de uma cronologia visual, a imagens e outros elementos, considerou-se que o género jornalístico predominante era o de *Background Reportage*, o qual foi então adotado em detrimento do *News reportage*.

Não obstante, através desta classificação, averiguou-se que, dentro dos 36 artigos que compõem o corpus de análise, quase metade (**47,2%**) destes comporta o género de *background reportage*, seguido pelo género de *perfil* (**22,2%**), *feature reportage* (**19,4%**) e *história de interesse humano* (**11,1%**).

Já relativamente à classificação de Marques de Melo, realizando a análise de modo a impor unicamente um género a cada artigo, o género *interpretativo* é esmagadoramente superior (**75%**) em relação aos outros dois géneros contemplados pelos artigos, *informativo* (**22,2%**) e *utilitário* (**2,8%**).

Estes resultados, embora já expectáveis tendo em conta a natureza do *Slow Journalism*, podem ser explicados, por exemplo no que toca à reduzida presença de artigos do género utilitário, por este género comumente se inserir e se englobar dentro do género interpretativo.

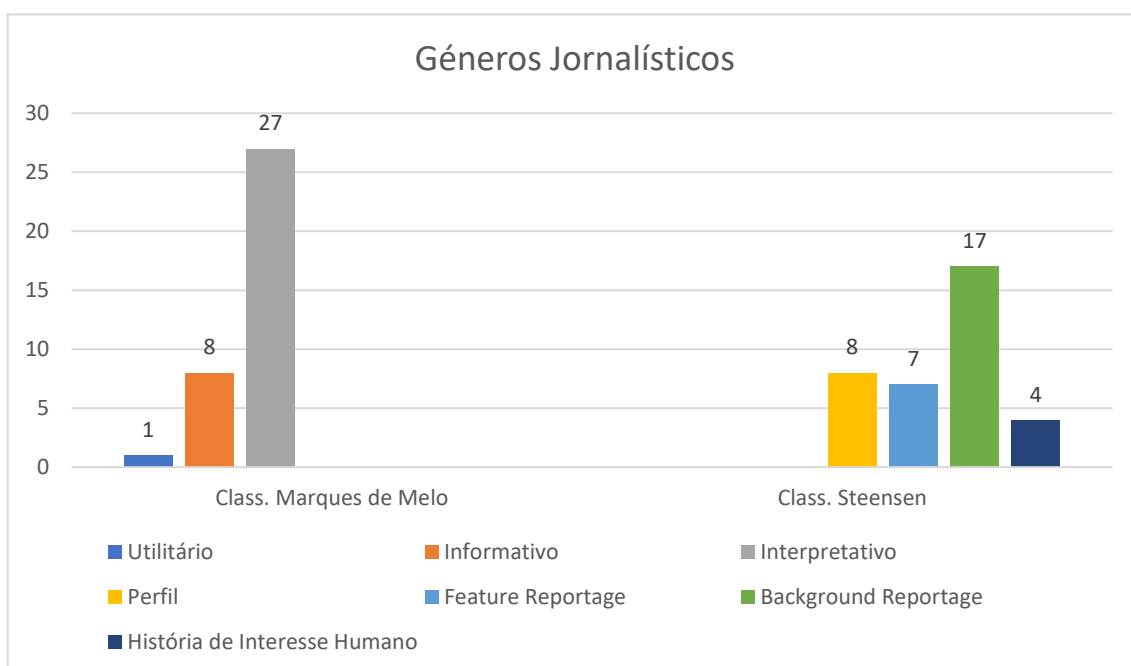


Figura 9. Géneros jornalísticos (gráfico). Fonte: Autoria Própria

Contudo, fazendo uma análise cumulativa segundo a classificação de Marques de Melo, as presenças de cada um dos géneros aumentam evidentemente bastante, passando assim a contabilização a ser: **género interpretativo (29)**, **informativo (18)** e **utilitário (11)**. A análise do Gráfico 9 seguidamente representado, onde estão também

descriminadas cumulativamente a totalidade de presenças dos subgêneros dos artigos do corpus de análise, permite inferir que dentro do gênero interpretativo se destacam os subgêneros **dossier (34,7%)** – o que é normal visto este também se coadunar com o *Slow Journalism* pois, ao fim ao cabo, consiste num “mosaico destinado a facilitar a compreensão dos fatos noticiosos” (Marques de Melo & Cordenonssi, 2008) – **perfil (32,7%)** e **enquete⁵³ (20,4%)**, sendo estes valores significativos e conducentes à consideração de que a prática de *Slow Journalism* na *Visão* acarreta consigo uma substancial preocupação com a inclusão do fator humano, das pessoas comuns, fator igualmente almejado pelos defensores da prática de *Slow Journalism*.

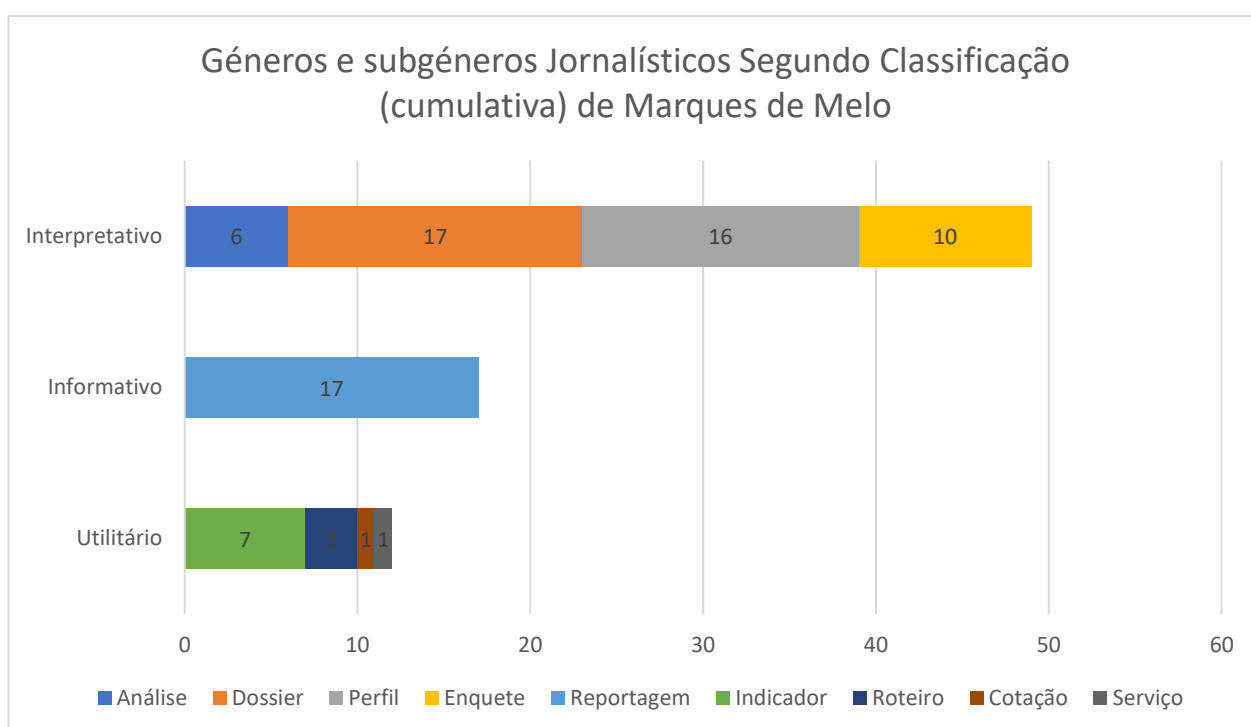


Figura 10. Gêneros e subgêneros Jornalísticos Segundo Classificação (cumulativa) de Marques de Melo (gráfico).
Fonte: Autoria Própria.

⁵³ Vocábulo de origem brasileira correspondente ao termo inquérito/sondagem.

4.5. Online

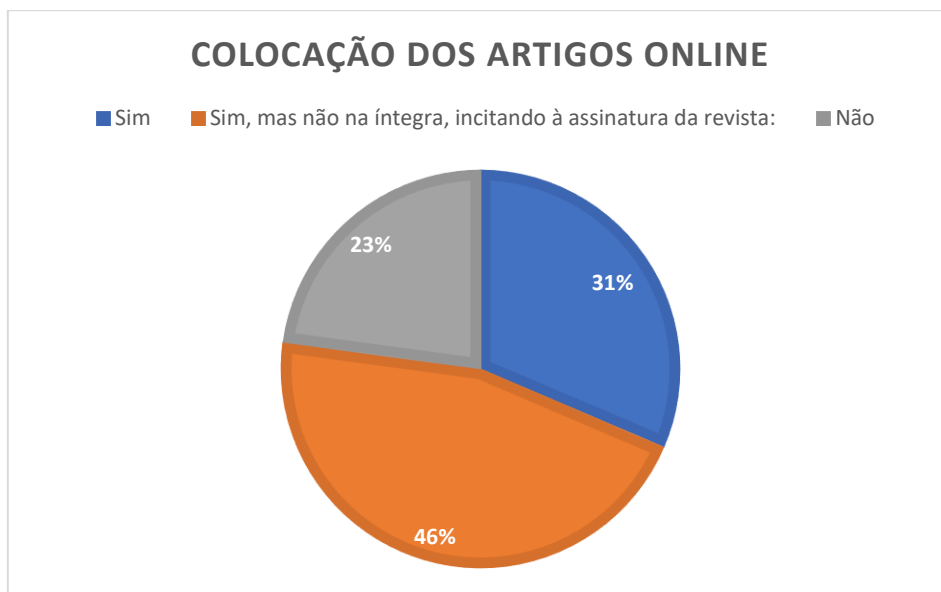


Figura 11. Colocação dos artigos online (gráfico). Fonte: Autoria Própria.

No que toca à colocação dos artigos de *Slow Journalism* no site da *Visão*, averiguou-se que o número de **artigos disponibilizados online (11)** foi superior ao número dos que **não foram colocados no site (8)**. De uma forma mais expressiva, representando quase metade dos artigos, foram mais os artigos **colocados online mas não na íntegra (16)**, de uma forma que incita à assinatura da revista, tal como exemplifica a Figura 12.

Este artigo não está disponível na íntegra no site. [ASSINE AQUI](#) e leia a edição digital da VISÃO em primeira mão. Se JÁ É ASSINANTE da VISÃO digital, leia na aplicação a nova edição ou [clique AQUI](#).

Figura 12. Artigo da revista disponibilizado online mas não na íntegra (em regime fechado), incentivando à assinatura.

Ao se efetuar a correlação entre o fator da colocação dos artigos online (Gráfico 10) com o da sua respetiva presença na capa da devida edição (Gráfico 7) tornou-se possível alcançar algumas considerações significativas. Desde logo é notável o facto de

que dos 16 artigos que foram tema principal de capa, a sua totalidade foi colocada online em regime “fechado”, de modo a incitar à assinatura da revista. Deste facto se pode partir para a assunção de que os temas principais de capa – ou seja, os merecedores de maior destaque e que pretendem captar a atenção do público e conduzir à compra/assinatura da revista – são os mesmos que são colocados online de modo a atrair assinaturas pelo que, por extensão, se pode depreender que o *Slow Journalism* contribui para a valorização do jornalismo e da publicação. Neste campo, Sara Belo Luís refere que a essência da ideia é essa mas que não é fácil conseguir fazer essa correlação e tirar essa conclusão: “até porque acho que não haja essas compras ‘por impulso’, acho que quem assina fá-lo porque já teve experiências com a *Visão*, um acumular de circunstâncias, que faz a pessoa acreditar que vale a pena assinar a *Visão*”. No que toca aos restantes artigos, entre os que não foram simplesmente colocados online (8), 5 não tiveram qualquer destaque na capa, 1 teve um pequeno destaque e 2 tiveram um destaque relevante; entre os que foram colocados online em regime “aberto” (11), 6 não tiveram destaque na capa, 4 alcançaram um pequeno destaque e apenas 1 teve um destaque relevante.

Relativamente à adequação do *Slow Journalism* no online, o jornalista Rui Antunes deixa a consideração: “O online também teria muito a ganhar com este tipo de artigos mais lentos, pois com alguns dos que são publicados é perceptível que têm muita adesão, que as pessoas os leem e gostam de ler. Ou seja, não são só os artigos curtos e imediatos que vingam na internet, os outros também vingam”. Não obstante é igualmente concordante no aspeto de não-colocação dos artigos da revista no online uma vez que considera isso um risco e um ato que desvaloriza o papel, concordando com a política adotada (antigamente nem sempre se processou assim) de não se disponibilizar online os temas de capa da revista, visando precisamente proteger o papel.

No que toca a esta questão do online, Miguel Carvalho é pragmático: “Para este tipo de jornalismo, no qual me reconheço, aceito qualquer formato. Existem coisas brilhantes no digital, tal como no papel. É-me um bocado indiferente o meio, o importante é que este tipo de jornalismo exista, pois se for bem feito é fundamental para a democracia”.

Também relacionado com o online, os (poucos) artigos colocados no site da *Visão* são, literalmente, copiados na íntegra do que é publicado na revista sem haver uma

mínima preocupação com uma adaptação ao digital. Isto demonstra que a adoção de artigos de *Slow Journalism* é valorizada na revista, num meio impresso, e não tanto no site, funcionando a plataforma online mais como uma catapulta de incentivo à assinatura da revista, sendo que tal como já foi analisado, a totalidade dos artigos de *Slow Journalism* que figuraram como destaque principal de capa foram colocados no site em regime fechado. Outra hipótese pode ser a de este método ir mais ao encontro da estratégia editorial da *Visão*, onde a aposta recai sobretudo na revista impressa e nas suas vendas/assinaturas.



Figura 13. Exemplo de Destaque Relevante (Azul) e Destaque Pequeno (Verde). Edição nº1432 da *Visão*, correspondente ao período 13/8 a 19/8/2020.

Os artigos são também recorrentemente colocados no online já passado algum tempo. Por exemplo o artigo “Correr ou caminhar? O verdadeiro duelo” (edição nº1432, p.68), edição da semana entre 13/8 e 19/8/2020 saiu no site da *Visão* apenas no dia 07/11/2020, quase três meses depois.

4.6. Elementos Visuais

Numa perspetiva global da revista *Visão*, mas também nos artigos considerados de *Slow Journalism* em particular, existe um amplo uso de elementos visuais; entre imagens e infografias, todos os artigos em análise possuem algum destes elementos ou

ambos. No que toca à questão da presença de imagens, excluíram-se à partida as imagens utilizadas na(s) capa(s) (tanto da revista como dos artigos, quando estes apresentam uma capa individual) e consideraram-se como elementos visuais as fotografias, retratos, imagens de documentos, capturas de telas, de toda e qualquer dimensão. Posto isto, constatou-se que nos 36 artigos marcam presença 350 imagens. Já no que se refere à infografia, e considerando-se como tal os textos visuais obrigatoriamente associados a elementos não verbais que auxiliem na compreensão da informação apresentada (funcionando este ponto do auxílio na compreensão como fator eliminatório), verificou-se a presença de 28 infografias. Ora isto representa uma média de cerca de 9,72 imagens e de cerca de 0,77 infografias por artigo, deixando-se igualmente a nota que de entre os artigos analisados apenas 1 não apresentou qualquer imagem, enquanto 22 não dispuseram de elementos infográficos, devendo ser deixado explícito que estão presentes vários elementos visualmente apelativos que dão informação, que são parecidos com infografias, mas que não podem ser contabilizados como tal dada a ausência do fator de auxílio na compreensão de informação, ou seja, estes elementos agora referidos mas não contabilizados unicamente apresentam informação destacada, de uma forma diferente, mas sem que seja dada uma ajuda propriamente dita para a compreensão dessa mesma informação. Destes dados se conclui que existe uma grande aposta em elementos visuais, principalmente a nível de imagens, não devendo, no entanto, ser descurado o número significativo de infografias, a qual evidentemente predomina em artigos de cariz explicativo e interpretativo.

O jornalista entrevistado Rui Antunes revelou que esta é uma preocupação constante da *Visão* para a maioria dos artigos, onde tanto a nível de imagem como de infografia existe a tentativa de apresentar a informação de outras maneiras e que “só mesmo quando esse tipo de informação não vai acrescentar nada ao artigo, não acrescenta valor, é que não é usada”.

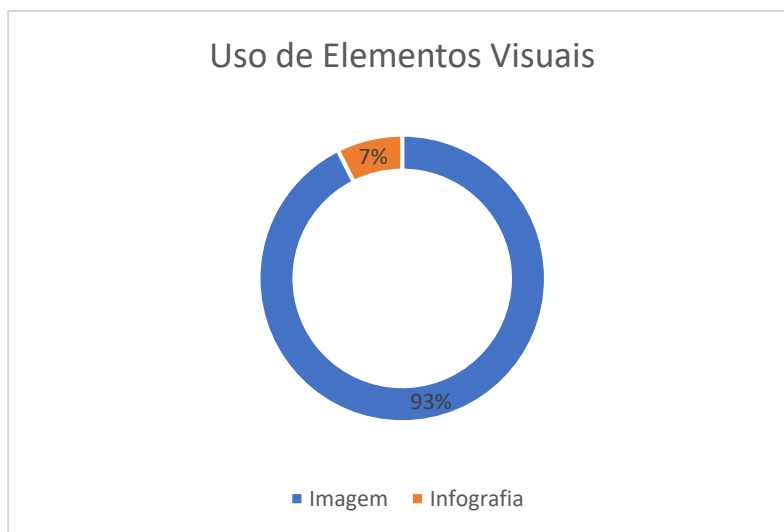


Figura 14. Uso de elementos visuais (gráfico). Fonte: Autoria própria.

Por extensão desta ideia relacionada com o teor visual, também alguns artigos se distinguem por um evidente cuidado estético notório, como acontece por exemplo com o artigo “A 'Influencer Maldita” (edição nº1432, p.28), algo que provavelmente advém da temática histórica associada, o que permite uma preparação com mais tranquilidade, em teoria sem um deadline específico e que viabiliza assim uma maior premeditação na sua concretização. O mesmo se passa com outros artigos esteticamente apelativos como o “Manuel Vinhas: História de um mecenas” (edição nº1435, p.30), artigo que explora a história de vida do mecenas e empresário fundador da cerveja Cuca em Angola, Manuel Vinhas, que foi também uma das personalidades mais vigiadas pela PIDE do Estado Novo ou “Marquês de Pombal: A história secreta” (edição nº1438, p.30), peça que abre uma “caixa de Pandora” sobre a figura política e histórica de Portugal, Sebastião José de Carvalho e Melo, onde é feita uma biografia da vida desta figura complementada com novas descobertas reveladas na biografia feita pelo escritor Pedro Sena-Lino.

Também inerente ao fator visual, embora não de uma maneira tão óbvia, importa referenciar o fator da extensão dos artigos que compõe o corpus de análise. Assim, de acordo com a análise efetuada, averiguou-se que em termos de número de páginas, este varia entre as 4 e 28 páginas, sendo importante ressaltar que o artigo com 28 páginas é caso único e excepcional (sendo que o segundo artigo com mais páginas tem apenas 14, ou seja metade), derivado ao facto de o artigo ser um “dossier especial” realizado através de uma colaboração entre diversos jornalistas da *Visão*, tal como já foi abordado. Deste modo a média do número de páginas por artigo de *Slow Journalism* na revista *Visão* é, arredondando, de 9,17. Através desta análise ao número de páginas pode-se igualmente confirmar (tal como ficou patente na revisão de literatura) que a extensão, neste caso representada pelo número de páginas, não é um fator determinante para a “categorização” de uma peça jornalística como *Slow Journalism*, tal como

exemplificam os artigos analisados e considerados que contam com apenas 4 e 5 páginas, por exemplo⁵⁴. Não obstante, por norma, embora não exclusivamente, este tipo de artigos necessita de algum espaço, daí a média resultante em cerca de um pouco mais de 9 páginas por artigo.

4.7. Outras Estratégias Editoriais

É notória a tentativa por parte da *Visão*, ao noticiar um acontecimento, de tentar sempre dar um contexto. Um exemplo, neste caso de carácter histórico, é o do artigo “Mesquita, basílica ou baixa política? (edição nº1429 p.28)” – onde é noticiado o retorno de Santa Sofia ao funcionamento como mesquita após perder o estatuto de museu pela mão do presidente da Turquia Erdogan – onde é feito um enquadramento histórico (incluindo o recurso a uma cronologia). Este é aliás o trabalho da *Visão* segundo a subdiretora da revista, Sara Belo Luís: “(A *Visão*) tenta ir para além das notícias do dia e tenta contextualizar essas notícias, oferecendo aos leitores trabalhos mais profundos, que implicam mais reportagem, investigação, e mesmo reflexão do próprio jornalista. O trabalho de uma New magazine em papel como a *Visão* sempre foi esse e continua a sê-lo”.

Também diversos artigos considerados de *Slow Journalism* e que constam, portanto, no corpus de análise, contam com a presença, logo a seguir, de artigos complementares da informação dada nesse mesmo artigo. Pode-se tomar como exemplo a peça “O domínio Chinês” (edição nº1447, p.34) - acerca da China, da sua importância no mundo e da sua recente ascensão - que é imediatamente precedida por um artigo complementar, “O Novo Imperador Global” (edição nº.1447, p.42), sobre o Presidente chinês, Xi Jinping. Noutras ocasiões, esses artigos complementares encontram-se inseridos dentro do próprio artigo “principal” (embora um pouco à parte, ou diferenciadamente) como acontece com a (mini)entrevista a Gilberto Jordan, CEO do grupo de empreendimentos habitacionais André Jordan, que está englobada no artigo “Regresso ao campo” (edição nº1433, p.28), o qual se debruça sobre o movimento das pessoas das cidades para o campo por causa da pandemia. Também o artigo A 'Influencer Maldita' (edição nº1432, p.28), sobre a história de vida de Catarina de Bragança é complementado ao longo das páginas do próprio artigo com “caixas” de

⁵⁴ Respetivamente, A Saúde não mora aqui? (Edição nº1427, p.40), com 4 páginas e Cara a cara com o agressor (edição nº1442, p.54) e A arte de moldar o aço (edição nº1447, p.92), com 5 páginas.

outras figuras históricas femininas e portuguesas de destaque. De uma forma ainda mais diferenciada, o artigo “A Vida dos Brasileiros ricos em Portugal” (edição nº1428, p.28) detém dentro da sua extensão um artigo complementar relacionado com o Brasil, “O ‘resfriadinho’ de Bolsonaro e os mais de 1,8 milhões de infetados”, sobre a situação pandémica vivida no Brasil naquela altura.

Aproveita-se também, uma vez referido este artigo relacionado com a aposta de viver em Portugal por parte de brasileiros abastados, para se destacar o fator humano, o relato da diferença sociocultural e o dar voz aos cidadãos, fatores que de acordo com a revisão de literatura marcam assiduamente presença nos conteúdos de *Slow Journalism*, facto que realmente se verificou por diversas vezes dentro do corpus de análise com artigos como o referido “A Vida dos brasileiros ricos em Portugal” (Edição nº1428, p.28), “A Saúde não mora aqui?” (Edição nº1427, p.40), “Correr ou caminhar? O verdadeiro duelo” (edição nº1432, p.68), entre outros que, simples e analiticamente, se enquadram no género Interpretativo (Enquete). Na opinião de Vânia Maia, autora do suprarreferido artigo “A Saúde não mora aqui?” (Edição nº1427, p.40) - uma reportagem na Quinta do Mocho que visou analisar com a pandemia era vivida num bairro carenciado da capital portuguesa - é o fator temporal que permite a presença de um maior fator humano/social: “percebe-se melhor as outras facetas de outras realidades se se dispor do tempo para ir mais fundo. E essa humanização, criada através de uma ligação que só o tempo proporciona, só é possível se ao invés de se entrevistar as pessoas durante só uma hora, se se passar um dia com elas, se houver um reencontro dois dias depois, ou seja, se os contactos forem mais extensos de modo a que permitam uma maior profundidade, algo que não é possível quando as coisas são feitas de um modo mais rápido”.

O *dossier especial* “Portugal longe das multidões” (edição nº1430, p.40), que já foi referido anteriormente neste capítulo, serve de exemplo perfeito para uma análise relativa a dois fatores inerentes à produção à luz do *Slow Journalism*. Negativamente, constatou-se existência de publicidade no meio do dossier, fator criticado por alguns teóricos do *Slow Journalism*, pois interfere na experiência da leitura (vista como algo essencial). Noutra prisma, positivo, o conteúdo patrocinado existente no artigo está devidamente identificado como tal – contribuindo para a transparência advogada pelo *Slow Journalism* a esse nível, o de se identificarem claramente este tipo de situações de patrocínio. Neste ponto, também no artigo “O renascer do rio Douro” (edição nº1431,

p.56), é referido (embora apenas no final do artigo, após a assinatura da revista e através de um asterisco) que “A VISÃO viajou a convite da Douro Azul”, uma empresa de cruzeiros fluviais, o que reforça positivamente esta questão da transparência no que toca à produção noticiosa, algo advogado pelo *Slow Journalism*.

Dentro ainda deste ponto da transparência, averiguou-se que os artigos de *Slow Journalism* explicitam por via de regra as suas fontes, seja ao nível da informação textual ou de elementos visuais, não sendo comum a prática da não atribuição de fontes através de referências genéricas do género “A Visão sabe que...”.

Aliás, na generalidade dos artigos de *Slow Journalism* da *Visão* observou-se a existência de múltiplas fontes, entre especialistas, científicas, pessoais, documentais, governamentais, sendo que é este muitas vezes o fator que leva à demora na conceção dos artigos. Segundo Rui Antunes: “Muitas vezes os contactos demoram cerca de 2 semanas. O trabalho de escrever o artigo em si, por norma, nem demora muito. Eu, que gosto de escrever tudo seguido e não por ‘puzzles’, demoro cerca de um dia. O processo de procura, de contacto com as fontes e de recolha de informações, é o que demora mesmo mais tempo”. Segundo o jornalista, é a existência de múltiplas entrevistas e a sua posterior transcrição o que consome mais tempo.

Além das muitas fontes apresentadas, encontra-se a presença do contraditório, evidente em determinados tipos de artigos mais propícios a esse contraste como o já mencionado artigo “Parque Natural embrulhado em plástico” (edição nº1438, p.50), que, a título de exemplo, apresenta nitidamente opiniões divergentes em relação ao tema do artigo em parágrafos seguidos e onde esta citação é esclarecedora: “Mário Encarnação, 51 anos, geógrafo e outro dos fundadores da Juntos pelo Sudoeste, tem na sua mão dois gráficos, referentes ao período de 2012 a 2020, que desmentem o que foi atrás referido por Gonçalo Leal⁵⁵.”

Importa também referir que o artigo “Manuel Vinhas: História de um mecenas” (edição nº1435, p.30) é o único que consta dentro do corpus de análise que não foi propriamente realizado pela *Visão* e os seus profissionais, mas foi antes o resultado de uma investigação da jornalista Isabel Lindim, proporcionada por uma bolsa de

⁵⁵ Diretor-geral de Agricultura e Desenvolvimento Rural, que, no parágrafo imediatamente anterior, “desdramatizou” quando questionado em relação ao baixo caudal da barragem de Santa Clara.

investigação da Fundação Calouste Gulbenkian (Bolsa Gulbenkian de Investigação Jornalística 2019).⁵⁶

O jornalista Miguel Carvalho⁵⁷ considera que a Gulbenkian foi a primeira, ou uma das primeiras a tomar este tipo de iniciativas de apoio a este tipo de jornalismo mais lento e investigativo, ao se aperceber do drama vivido nos órgãos de informação a esse nível, no sentido de conseguirem financiar as suas próprias investigações, considerando que estas fundações e instituições podem e se calhar até devem contribuir para o jornalismo, tendo em conta que, nas palavras do jornalista, “este apoio acaba depois por ser benéfico para todos. É um benefício público, pois permite a realização de investigações e o aprofundamento de problemas e histórias que não estão na espuma dos dias e que talvez sejam importantes para o interesse público e para o passo coletivo que às vezes se tenta dar”. A jornalista Vânia Maia⁵⁸ vai um pouco de encontro a esta perspetiva na medida em que considera que as bolsas são um caminho e uma ajuda muito importante para se conseguir desenvolver temas que podem nem ter alguma relação com a atualidade, mas que podem marcar a agenda na medida em que podem abrir caminhos e outras perspetivas.

Miguel Carvalho dá ainda exemplos de outros projetos de investigação que nasceram graças ao apoio propiciado pelas bolsas da Gulbenkian, como a investigação de Pedro Miguel Santos sobre a segurança privada que foi publicada no Fumaça, as investigações ao CHEGA por parte do jornalista da SIC Pedro Coelho, ou as várias investigações que Paulo Pena realizou a propósito do projeto “Investigar a Europa”⁵⁹, e que aprofundaram temas “complicados” como a extrema-direita e as *fake news*.

A subdiretora da *Visão*, em entrevista, considera que a investigação tem de facto vindo a ser o parente pobre no jornalismo, porque é cara, demora tempo e as redações foram sendo reduzidas, e que esta bolsa foi salutarmente criada com o intuito de tentar

⁵⁶ De acordo com o [site da Fundação Gulbenkian](#) a bolsa é atribuída “De forma a promover a independência na investigação jornalística como contributo para uma sociedade mais informada”, de modo que “a Fundação atribui bolsas anuais para apoio a trabalhos de investigação sobre temas políticos, económicos, sociais, culturais ou históricos”.

⁵⁷ O jornalista Miguel Carvalho também beneficiou de uma Bolsa de Investigação Jornalística da Gulbenkian para investigar sobre a Amália Rodrigues, cujas descobertas foram publicadas na terceira edição da *Visão Biografia* e que Miguel Carvalho publicou também no livro “Amália – Ditadura e Revolução”, em 2020.

⁵⁸ A jornalista está também atualmente a usufruir da mesma bolsa, atribuída no ano de 2019.

⁵⁹ O [Investigate Europe](#) é um projeto de investigação que junta jornalistas experientes de nove países europeus, de forma a realizarem investigações como uma equipa multinacional de forma a ultrapassar o “preconceito nacional habitual”, sobre matérias que não estão na agenda.

suprimir essa lacuna e incentivar o jornalismo de investigação, não considerando no entanto que o jornalismo esteja ou venha a ficar refém deste tipo de bolsas: “antes dessa bolsa e outras existirem, já estávamos reféns das circunstâncias relacionadas com o desinvestimento, que são comuns a todo o mundo, e estas dificuldades são muito difíceis de contrariar. É algo que começou já em 2000 quando os órgãos de informação acharam que podiam dar a informação de borla nos sites, não percebendo que não só não estavam a financiar as empresas jornalísticas proprietárias desses órgãos como estavam a fazer uma coisa ainda mais grave: desvalorizar o bem que têm de mais precioso, que é a informação. Felizmente, agora já estamos a caminhar na direção oposta e ainda bem.”

Noutros artigos, um dos principais fatores a sobressair é a sua vertente literária, predominante em reportagens como “Bibliomóvel de Penafiel: livros que a peste não levou” (edição nº1442, p.80), e onde regularmente se tenta “transportar” o leitor, como em “O Regresso ao Campo” (edição nº1433, p.28)⁶⁰, ou “Coura, mais do que um amor de verão” (edição nº1433, p.92), onde o leitor é levado até à calma vila de Paredes de Coura numa altura em que devia estar em reboição com o seu festival de verão. Em alguns artigos, este “transporte” surge não só através da presença mas da própria ação dos jornalistas, como no caso do artigo “Conhecer o cérebro para mudar o mundo” (edição nº1434, p.30), onde a jornalista Sara Sá, uma das voluntárias de um estudo científico e que como tal passou pela experiência de estar dentro de uma máquina de ressonância magnética, descreve o experimento.

Relacionado com o fator da temporalidade adjacente ao *Slow Journalism*, os estudiosos e defensores deste tipo de jornalismo encaram como importante o acompanhar das histórias e de não as “deixar cair no esquecimento” a partir do momento em que passa o seu momento imposto pela agenda mediática. O *Slow Journalism*, pelas suas características, é o tipo de jornalismo que consegue acompanhar os desenvolvimentos de uma história sem ter de se “preocupar” com a questão temporal da agenda mediática. Dentro do corpus em análise, pode tomar-se como exemplo deste facto o artigo “Cara a cara com o agressor” (edição nº1442, p.54), acerca da justiça restaurativa, ideia que nasceu em 1974 e onde “Há dez anos, a Justiça portuguesa

⁶⁰ O segundo parágrafo deste artigo é espelha em pleno a ideia apresentada: “O espaço e a liberdade sentem-se mal estacionamos o carro no centro da vila. Ainda nem saímos do carro e vemos Diana e Lucas prontos a darem uma corrida até ao monte de pedras da calçada que lhes tem servido de montanha para aventuras”.

pareceu arrancar em força em direção a este conceito complementar do sistema convencional. (...) Mas depois, inexplicavelmente, o número de processos remetidos ao SMP entrou numa descida a pique, até à quase inexistência a partir de 2017.”, conseguindo a *Visão*, através de um artigo representativo da prática de *Slow Journalism*, retornar ao tema e explorá-lo, o que seria certamente mais complicado de realizar tendo em conta o funcionamento do jornalismo “normal” diário, mais focado na instantaneidade e nos seus acontecimentos.

Também através do artigo “Beirute, a cidade que insiste em renascer” (edição nº1445, p.58) esta ideia de revisitação fica patente: a explosão que abalou a capital do Líbano a 4 de agosto foi amplamente mediatizada, mas, após alguns dias saiu da agenda mediática; no entanto, através desta reportagem, a *Visão* renovou este tema já ultrapassado, acompanhando os seus desenvolvimentos.

Ainda de acordo com a revisão de literatura, averiguou-se a existência de peças que desempenham uma função (de alerta) social como são exemplos os artigos “Animais de Companhia: Amor cruel” (edição nº1441, p.32), que alerta para questões relacionadas com os maus-tratos a animais, e “Levantados do Chão” (edição nº1444, p.58), que relata e adverte para as condições difíceis e (consideradas) injustas dos feirantes, os quais na altura foram privados de exercer o seu modo e ganho de vida, ao passo que os centros comerciais permaneceram abertos.

A jornalista Vânia Maia foi a única dos três jornalistas entrevistados a referir em concreto o benefício da prática de *Slow Journalism* em termos de aliado no combate à “intoxicação de informação”, onde os jornalistas desempenham um papel fundamental ao discernir o que é informação fidedigna do que não é, considerando que este tipo de histórias “lentas” podem ser marcantes nesse aspeto: “por mostrarem ao leitor aquele que é um dos papéis do jornalismo - mostrar o mundo com mais calma e profundidade – e que as pessoas sintam de facto que tiraram alguma coisa importante dele, seja para a sua aprendizagem pessoal, espírito crítico etc, e estes temas têm um grande potencial nesse aspeto, de contribuírem para isso, para o jornalismo mostrar o seu papel e aproximar e envolver mais as pessoas”.

A já referida jornalista e subdiretora da *Visão*, Sara Belo Luís, foi ao encontro desta perspetiva, considerando que é necessário um jornalismo mais distanciado da espuma dos dias, que contextualize mais os assuntos e aposte em reportagens mais

profundas, pois existe atualmente uma “voragem de imediatismo” e uma “amalgama gigante de informação” que nenhum leitor consegue processar, pelo que considera que o jornalismo tem que ser cada vez mais produzido com um cunho editorial que ajude de facto a seleccionar alguns temas. A subdiretora da *Visão* considera que o *Slow Journalism* pode efetivamente ajudar as pessoas a retirar sentido do que se passa e a tomar melhores decisões: “Até porque a questão é até que ponto um leitor que está a par das notícias ‘rápidas’ do dia a dia, por exemplo das declarações de um candidato político ou a notícia de que veio um determinado número de judeus para Portugal, está verdadeiramente informado e capaz de tomar decisões. Se calhar é mais proveitosa uma informação mais distanciada (dessas declarações) a explicar o financiamento desse candidato e a máquina por trás dele ou a explicar porque é que algumas pessoas da comunidade judaica estão a vir para Portugal. E acredito que de facto é esta forma aprofundada de olhar para os temas que capacitam os leitores e os cidadãos de olharem o mundo de uma forma mais verdadeira e de tomarem as suas decisões, não só políticas mas a vários níveis, no dia a dia”.

Todos os jornalistas consideram, no entanto, que é essencial um jornalismo a duas velocidades, pois existem assuntos diários e quotidianos que é necessário dar a conhecer rapidamente, como um acidente, por exemplo, situação com valor noticioso no imediato, mas que muito dificilmente e só sob circunstâncias muito especiais terá valor e relevância de ser analisado mais aprofundadamente e de ser abordado mais tarde. O jornalista Rui Antunes considera que se não existe mais *Slow Journalism* é porque as pessoas não o procuram, naquilo que se torna um ciclo vicioso: “se não há mais (deste tipo de jornalismo) é porque as pessoas não o procuram, o mercado manda. Este é o jornalismo que eu gosto, agora os leitores é que mandam, e se estes não procuram este tipo de jornalismo e as vendas baixam, as redações vão ter menos meios e assim não pode haver gente a trabalhar nesse tipo de jornalismo, é quase uma pescadinha de rabo na boca”. Rui Antunes acredita igualmente no entanto que existe alguma procura por este tipo de jornalismo mas que é sempre o público que manda: “Quer dizer existe procura, há um “nicho” do mercado que gosta deste tipo de texto mas a maioria não compra este tipo de jornalismo, procuram o jornalismo mais simples, direto e imediato, e acaba por ser isso que também é mais fácil para as redações. E portanto é esse o jornalismo que domina o panorama jornalístico, mas acaba por ser o público que manda, sempre”.

O jornalista Miguel Carvalho é em parte concordante com este ponto de vista, acreditando que tem de haver uma iniciativa e apoio por parte do público: “Eu acho que é também a sociedade civil que tem de perceber que se acha que a democracia e o jornalismo são um compromisso, também tem de fazer algo neste momento difícil para que esse compromisso tenha sustento. Não me parece que as empresas de comunicação social tenham já os meios para o fazer por si só. O que não quer dizer que aqui e ali isso não se continue a fazer, a publicar coisas bastante importantes, mas é sempre com cada vez mais dificuldade e menos recursos”. O jornalista considera assim que o futuro de um jornalismo mais lento e aprofundado tem de passar pela “**mobilização da sociedade civil**”, pelo **apoio de entidades** como a Fundação Calouste Gulbenkian, pela própria **aposta e canalização de recursos para este tipo de jornalismo por parte dos órgãos de comunicação social**, e pelo que o jornalista chamou de **jornalismo de autor**, ou seja, as pessoas confiarem num determinado repórter, pois o trabalho dessa pessoa já atingiu um tal grau de profissionalismo e credibilidade, que arrasta leitores e garante a presença de público, onde as redações têm de perceber de uma vez por todas que tem provavelmente 3 ou 4 nas suas redações, com talento, a quem devem dar a sua própria agenda.

Em entrevista, a subdiretora da *Visão* foi ao encontro da revisão de literatura do presente trabalho, ao valorizar o sentimento de pertença da comunidade de leitores da *Visão* numa perspetiva de “*membership*”, ao considerar a base de assinantes da *Visão* como fundamental na estratégia de manutenção da revista: “Até porque (os assinantes) são muito importante para nós, conhecemos muitos deles, já entrevistámos alguns deles, por exemplo assinantes que o são desde o nº1 da revista, e isso tem também aqui um lado de recompensa pessoal, de saber que temos um núcleo fiel. Não são leitores anónimos que chegam a uma notícia através de um clique e que nem sabem muito bem onde estão, são leitores que conhecem a *Visão*, o seu trabalho e os seus profissionais. E que se formos a ver bem, pagam por antecipação, o que é uma prova muito grande de confiança e mesmo uma recompensa para a revista e os seus profissionais”. O que não invalida que, numa pura perspetiva de rentabilidade, as vendas em banca sejam mais rentáveis que as assinaturas.

Conclusão

O presente trabalho detinha como objetivo perceber quais as características dos artigos de *Slow Journalism* na revista *Visão* bem como a percepção de alguns jornalistas sobre a prática deste tipo de jornalismo mais “lento”. Por forma a obter conclusões quanto a esta temática optou-se, tal como foi explanado mais detalhadamente na metodologia, por um método de trabalho misto, onde foi realizada uma análise de conteúdo a 27 revistas (correspondentes ao número de 36 artigos contemplados), complementada por entrevistas.

Tal como foi demonstrado através da revisão de literatura, o termo *Slow Journalism* não tem uma definição específica e pode ser enquadrado de diversas maneiras, não detendo uma lista de características exclusivas, mas englobando diversas nuances que são mais ou menos imprescindíveis para que uma determinada peça jornalística possa ser conotada como *Slow Journalism*, sendo que as usadas para este estudo foram: **1)** vai além da atualidade – ou seja, não se restringe aos temas ditados pela agenda mediática; **2)** é aprofundado - contém investigação, contexto, diversidade de fontes, abordagens; **3)** utiliza técnicas narrativas; **4)** serve a comunidade – no sentido de ser útil, de apresentar informações de que o público possa fazer uso na sua vida; **5)** é participativo – conta com a colaboração de cidadãos comuns, encara o público como uma mais valia. Embora a falta de consenso numa definição una, e não obstante as diferentes abordagens em que se possam traduzir as considerações sobre *Slow Journalism*, pode ser generalizado que este representa uma prática jornalística que despende do tempo necessário para aprofundar/investigar os temas abordados, que vai além da conceção pré-fabricada das notícias normais e diárias. Ou seja, o *Slow Journalism* consiste na prática de um jornalismo de qualidade em diferentes géneros e formatos, no qual é despendido o tempo necessário para garantir ao público os melhores padrões de qualidade (Pedriza, 2017).

Seguem-se as respostas em concreto às perguntas de investigação propostas:

Q1: Quais as características editoriais dos artigos decorrentes da prática de *Slow Journalism* na revista *Visão*?

Nos artigos do corpus de análise considerados de *Slow Journalism*, ficou patente que a grande maioria destes se debruça sobre temas da *Sociedade* seguido de *Lifestyle*, *História* e *Política*. O primeiro devido à sua abrangência, o segundo devido ao seu

caráter de interesse humano, e os últimos dois devido à sua génese intemporal e suscetível de investigação. São privilegiados, em larga escala, os artigos de âmbito nacional, o que é justificado pela máxima jornalística da proximidade, mas também pela maior facilidade na realização dos artigos.

Conclui-se que a esmagadora maioria dos artigos de *Slow Journalism* não se enquadra em nenhuma categoria da *Visão*, à exceção de quatro artigos de *Lifestyle* e *Cultura* que, logicamente, foram inseridos nas suas respetivas secções (*Visão Se7e* e *Vagar*).

Dentro do género jornalístico, como já seria de esperar, a maioria dos artigos representa reportagens e artigos de análise, sendo digna de nota a aposta da *Visão* na realização de perfis, tanto de indivíduos da atualidade como de personalidades já falecidas.

No que toca à vertente estética é notória uma preocupação com os artigos de *Slow Journalism*, perceptível sobretudo em artigos realmente atemporais, como acontece com os conteúdos históricos, não sobressaindo esta preocupação, no entanto, de forma relevante em relação à generalidade da revista. É perceptível uma forte aposta em elementos visuais como fotografias e infografias, especialmente em artigos de análise. A extensão dos artigos é variável, do que se pode concluir que esta característica não pode funcionar como indicador para artigos de *Slow Journalism*. Não obstante, com uma média de 9,17 páginas por artigo - número considerável tendo em conta que o número total de páginas da revista é por norma de 115 páginas - é manifesto que este tipo de artigos apresenta alguma extensão.

A grande maioria dos artigos de *Slow Journalism* da *Visão* tem também, assim, uma profundidade reconhecível e um amplo uso de técnicas narrativas, além de que a abordagem é em grande parte feita a temas – ou mesmo pela maneira como é feita essa abordagem – que vão além da atualidade. Outra característica bastante evidente é a de que os artigos de *Slow Journalism* possuem diversas fontes e são complementados com diversos pontos de vista de “pessoas comuns”, o que os torna mais inclusivos e mais próximos do público, humanizando o jornalismo praticado.

Foi possível averiguar que os artigos de *Slow Journalism* da *Visão* detêm uma autoria bastante dispersa, sendo que em 36 artigos foram contabilizados no total, em autoria ou coautoria, 24 jornalistas. É de considerar que dentro dos 36 artigos, 9 foram

realizados em coautoria, embora a maioria não numa perspetiva de debate, confronto de ideias e junção de perspetivas - no que seria uma tentativa de proporcionar uma maior riqueza ao produto jornalístico - mas antes num sentido de divisão e posterior junção de trabalho de forma a sobrecarregar menos cada um dos profissionais envolvidos.

É igualmente palpável o fator de transparência nestes artigos, uma vez que as fontes são bem explicitadas, seja ao nível da informação apresentada em texto como ao nível de outros elementos, como as infografias, além de estas fontes serem bastante diversificadas, entre especialistas, científicas, pessoais, documentais, governamentais.

Ficou patente que os artigos de *Slow Journalism* são considerados valiosos e um fator de atração para a revista *Visão*, uma vez que quase metade destes artigos constam como tema principal de capa, enquanto outro um quarto dos artigos teve algum tipo de destaque na capa. Dentro da mesma perspetiva, é também notável o facto de quase metade destes artigos de *Slow Journalism* ser colocado online numa perspetiva “fechada” de incitamento à assinatura da revista, o que corrobora esta ótica de os artigos de *Slow Journalism* funcionarem como atrativos da revista.

Q2: Qual é a perceção que os jornalistas da *Visão* têm sobre a prática de *Slow Journalism*?

Relativamente à familiarização com o conceito de *Slow Journalism*, os jornalistas Miguel Carvalho e Vânia Maia afirmaram estar a par da ideia do termo, enquanto o jornalista Rui Antunes e a jornalista e subdiretora da *Visão* Sara Belo Luís, confessaram não estar familiarizados com o conceito em si, embora tivessem presente a ideia transmitida pelo conceito.

Não obstante, para a totalidade destes profissionais, os trabalhos de *Slow Journalism* demarcam-se por serem mais profundos, implicando “mais reportagem”, investigação e reflexão do próprio jornalista, além de tempo, fator bastante percecionado por todos os entrevistados, onde a principal ideia que estes têm é a de haver tempo para poder “idealizar” o tema, não propriamente a sua conceção final, mas sim a possibilidade de poder ser realizada uma análise profunda ao tema, de se mudar o ângulo de abordagem, realizarem todos os contactos que se achem necessários. Ou seja, a preocupação não é tanto com o artigo físico em si, mas sim com a disponibilidade temporal para poder enquadrar o tema da melhor maneira e de o poder aprofundar.

Na opinião dos entrevistados, esta tolerância (de tempo) não é dada a muita gente devido ao frenético rodopio da comunicação da informação e é vista como prejudicial para o ecossistema mediático e até mesmo para a democracia, sendo que deveria haver uma maior aposta nesta flexibilidade temporal. Independentemente, é assumido e comprovado por todos que o *Slow Journalism* não funciona, nem pode funcionar, como um substituto do jornalismo (mais) rápido - o qual é visto como essencial - mas antes como um valioso complemento, no qual deve existir uma aposta na medida em que há leitores para esse tipo de jornalismo mais lento. Tal como pensa Le Masurier (2016, p.142): “It is highly unlikely that the “luxury” of long-form journalism will ever have the power or reach to challenge the dominant culture of fast news”, mas este pode funcionar como complemento e mesmo como refúgio face à pressão do consumo noticioso desenfreado.

É também opinião comum entre os jornalistas da *Visão* que este tipo de jornalismo mais lento é uma grande mais-valia no que toca à contenção do excesso de informação e fundamental para perceber o que é informação fidedigna ou não (mostrando o mundo com mais calma e profundidade), sendo que o papel de aprendizagem que este jornalismo pode desempenhar é bastante valorizado entre os profissionais entrevistados.

Existe igualmente uma notória valorização do papel em detrimento do digital e uma perceção de que o *Slow Journalism* se adequa mais a este meio do que ao digital. No entanto, os entrevistados mostraram-se mais preocupados que este tipo de jornalismo seja produzido, independentemente de qual for o meio.

De acordo com os dados auferidos nas entrevistas, os jornalistas em causa consideram que as bolsas de investigação são benéficas para o apoio a este tipo de jornalismo que muitas vezes as redações não conseguem suportar, e que se revelam muito importantes pois permitem abordar problemas e histórias que não estão na espuma dos dias.

Ficou ainda por demais evidente, nas opiniões dos profissionais da *Visão*, de que a prática de *Slow Journalism*, ou o seu incremento, depende muito do público e da sua procura e disponibilidade para pagar por este tipo de jornalismo e pela informação que custa tempo/dinheiro para ser produzida. Os profissionais entrevistados não consideram o *Slow Journalism* um “género independente”, mas antes uma prática, pelo que alegam

que não é algo que deva ser praticado por uma redação (como a da *Visão*), mas que deve ser antes uma conjugação do trabalho das redações, de financiamentos de bolsas e projetos colaborativos. Apesar disso, ficou bastante patente a ideia de que deve existir uma mobilização da sociedade civil, pois ao fim ao cabo, “o público é que manda”.

Aliás, e corroborando Robert S. Boynton (As cited in Carretero e Bariain, 2016, p.534), é previsível que o futuro das notícias vá ser determinado por dois modelos económicos opostos, onde por um lado são produzidas notícias breves e gratuitas fáceis de produzir e consumir, e por outro são produzidos - provavelmente em meios especializados neste tipo de conteúdos - trabalhos mais longos e apelativos, com um cunho mais editorial, que vão ser mais caros mas cujo preço é amortizado pela captação de comunidades específicas de leitores dispostas a pagar por esse tipo de informação.

Esta última ponderação pode igualmente ser relacionada com o fator da marca, o *branding*, que desempenha um papel significativo junto das publicações de *Slow Journalism*, tal como parece também acontecer com a *Visão*, tal como ficou perceptível pela entrevista realizada com a subdiretora da *Visão*, Sara Belo Luís.

Mais do que um “género independente” o *Slow Journalism* é também encarado como um poderoso conceito para o re(pensamento) do papel do jornalismo e da prática jornalística, sendo comumente representado como uma crítica às “práticas jornalísticas hipermodernas” (Neveu, 2016, p.457), tal como ficou patente no trabalho, inclusive através das entrevistas realizadas aos profissionais da *Visão*.

Ao longo da realização do presente trabalho – e exceptuando os constrangimentos da pandemia – não foram encontradas dificuldades de maior, além da falta de uma definição para o conceito de *Slow Journalism*, não parecendo, no entanto, que a possibilidade para que esta seja definida esteja para breve.

Aliás, será interessante analisar no futuro - conforme o desenvolvimento da sociedade, da comunicação e do próprio jornalismo - se o *Slow Journalism* reforçará o seu posicionamento como género independente, marcando presença quase em exclusividade em publicações precisamente especializadas nesse tipo de jornalismo, ou se funcionará a dois tempos nas redações “normais” a par do jornalismo mais rápido e menos aprofundado.

Referências

- Abramson, J. (2010). Jill Abramson. *Daedalus*, 139(2), 39–44.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1162/daed.2010.139.2.39>
- Andersen, K. (2020). Realizing Good Intentions? A Field Experiment of Slow News Consumption and News Fatigue. *Journalism Practice*, 0(0), 1–16.
<https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1818609>
- Anderson, C., Bell, E., & Shirky, C. (2015). Post-Industrial Journalism: Adapting to the Present. *Geopolitics, History, And International Relations*, 7(2), 32-123.
<https://www.jstor.org/stable/26805941>
- Ball, B. (2016). Multimedia, Slow Journalism as Process, and The Possibility of Proper Time. *Digital Journalism*, 4(4), 432–444.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1114895>
- Bastos, H. (2015). Ciberjornalismo, jornalismo e democracia. *Media & Jornalismo, Edição Esp*, 93–105.
https://sigarra.up.pt/flup/pt/pub_geral.pub_view?pi_pub_base_id=107734&pi_publicacao_id=107734&pi_ub_r1_id=
- Bathke, B. (2019, March 27). *Slow down, read up: Why slow journalism and finishable news is (quickly) growing a following*. Nieman Lab.
<https://www.niemanlab.org/2019/03/slow-down-read-up-why-slow-journalism-and-finishable-news-is-quickly-growing-a-following/>
- Beccaria, L., & Saint-Exupéry, P. (2013). *Content and Its Discontents*. Harper’s Magazine. <https://harpers.org/archive/2013/10/content-and-its-discontents/>
- Belt, D., & South, J. (2016). Slow Journalism and the Out of Eden Walk. *Digital Journalism*, 4(4), 547–562. <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1111768>
- Bennet, J. (2013, December 12). *Against “Long-Form Journalism.”* The Atlantic.
<https://www.theatlantic.com/business/archive/2013/12/against-long-form-journalism/282256/>
- Blanding, M. (2015, August 19). *The Value of Slow Journalism in the Age of Instant Information*. Nieman Lab. <https://niemanreports.org/articles/the-value-of-slow-journalism-in-the-age-of-instant-information/>
- Brandão, N. (2010). *As notícias nos telejornais* (1st ed.). Guerra & Paz.
- Byrne, J. A. (2008). *Suggest a Topic—And Content Flows to It*. Nieman Reports Winter.
<https://niemanreports.org/articles/suggest-a-topic-and-content-flows-to-it/>

- Canavilhas, J. (2012, December, 4, 5 & 7). *Jornalismo para dispositivos móveis: informação hipermultimediática e personalizada*. [Paper presentation]. Actas IV Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. http://www.revistalatinacs.org/12SLCS/2012_actas/148_Canavilhas.pdf
- Cardoso, C. A. O. R. A newsmagazine em Portugal: 70 anos até à consolidação do conceito [Master's thesis, Universidade Nova de Lisboa]. Repositório Institucional da Universidade Nova de Lisboa. <http://hdl.handle.net/10362/20009>
- Carretero, A. B., & Bariain, G. J. (2016). Slow Journalism in Spain: New magazine startups and the paradigmatic case of Jot Down. *Journalism Practice*, 10(4), 521–538. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1124729>
- Cohen, N. S. (2019). At Work in the Digital Newsroom. *Digital Journalism*, 7(5), 571–591. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1419821>
- Correia, F. (2006). *Jornalismo, Grupos Económicos e Democracia* (1st ed.). Editorial Caminho.
- Correia, J. C. (2009). *Teoria e crítica do discurso noticioso. Notas sobre jornalismo e representações sociais*. LabCom. [https://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20110819-correia teoria critica discurso noticioso.pdf](https://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20110819-correia%20teoria%20critica%20discurso%20noticioso.pdf)
- Correia, J. C. (2012). A construção social da realidade e o jornalismo como profissão especializada. In J. P. S. Isabel Ferin Cunha, Ana Cabrera (Ed.), *Pesquisa em media e jornalismo - Homenagem a Nelson Traquina* (pp. 79–107). Labcom. <http://labcom.ubi.pt/livro/90>
- Correia, J. C. (2019). O novo ecossistema mediático e a desinformação como estratégia política dos populismos. *Estudos Em Jornalismo e Mídia*, 16, 23–32. <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2019v16n2p23>
- Costera Meijer, I. (2007). The paradox of popularity: How young people experience the news. *Journalism Studies*, 8(1), 96–116. <https://doi.org/10.1080/14616700601056874>
- Cox, S. (2018). The new slow journalism of the moral draughtsman: Joe Sacco's coverage of state sanctioned sexual violence. *Journal of Graphic Novels and Comics*, 9(3), 195–213. <https://doi.org/10.1080/21504857.2018.1481122>
- Craig, G. (2016). Reclaiming Slowness in Journalism: Critique, complexity and difference. *Journalism Practice*, 10(4), 461–475. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1100521>
- Davis, S. (2016). Slowing Down Media Coverage on The US–Mexico Border: News as sociological critique in Borderland. *Digital Journalism*, 4(4), 462–477. <https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1123101>

- Dowling, D. (2016). The Business of Slow Journalism: Deep storytelling's alternative economies. *Digital Journalism*, 4(4), 530–546.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2015.1111769>
- Drok, N., & Hermans, L. (2016). Is there a future for slow journalism?: The perspective of younger users. *Journalism Practice*, 10(4), 539–554.
<https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1102604>
- DVorkin, L. (2015, January 21). *Inside Forbes: What Journalists Must Know - and Can Do - About New Upheavals in the Ad World*. Forbes.
<https://www.forbes.com/sites/lewisdvorkin/2015/01/21/inside-forbes-what-journalists-must-know-and-can-do-about-new-upheavals-in-the-ad-world/?sh=295d6c2349e7>
- European Commission. (2018). *A multi-dimensional approach to disinformation: Final report of the High Level Expert Group on Fake News and Online Disinformation*.
<https://doi.org/10.2759/0156>
- Fenton, N. (2010). Drowning or waving? New media, journalism and democracy. *New Media, Old News: Journalism and Democracy in the Digital Age*, January 2010, 3–16. <https://doi.org/10.4135/9781446280010.n1>
- Frank, A. (2019). *O Diário de Anne Frank*. Livros do Brasil.
- Franklin, B., Hamer, M., Hanna, M., Kinsey, M., & Richardson, J. E. (2005). *Key Concepts in Journalism Studies*. SAGE Publications.
<https://www.doi.org/10.4135/9781446215821>
- Franks, S. (2010). The neglect of Africa and the power of aid. *International Communication Gazette*, 72(1), 71–84.
<https://doi.org/10.1177/1748048509350339>
- Frijters, P., & Velamuri, M. (2010). Is the internet bad news? the online news era and the market for high-quality news. *Review of Network Economics*, 9(2).
<https://doi.org/10.2202/1446-9022.1187>
- Gess, H. (2012). Climate change and the possibility of “slow journalism.” *Ecquid Novi*, 33(1), 54–65. <https://doi.org/10.1080/02560054.2011.636828>
- Giner, J. A. (n.d.). *Innovations in world report* *Innovations in world report*.
- Gold, H. (2018, September 17). *Ten years after the financial crisis, business journalism awaits its reckoning*. Columbia Journalism Review.
https://www.cjr.org/business_of_news/ten-years-financial-crisis-business-journalism.php
- Greenberg, S. (2007, February 25). *Slow journalism*. Prospect Magazine.
https://www.prospectmagazine.co.uk/magazine/slowjournalism#.U06gsFV_uSo

- Greenberg, S. L. (2016). Editing, Fast and Slow. *Journalism Practice*, 10(4), 555–567. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1114898>
- Harro-loit, H., & Josephi, B. (2020). Journalists' Perception of Time Pressure: A Global Perspective. *Journalism Practice*, 14(4), 395–411. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1623710>
- Hassan, N. (2018, August 8). *Announcing a New York Times iOS Feature that Helps Readers Find Stories Relevant to Them*. NYT Open. <https://open.nytimes.com/announcing-a-new-ios-feature-that-helps-readers-find-stories-relevant-to-them-a8273f8fcca4>
- Honore, C. (n.d.). *In Praise of Slow*. Retrieved October 12, 2020, from <http://www.carlhonore.com/in-praise-of-slow/>
- Ireton, C., & Posetti, and J. (2018). Introduction. In C. Ireton & J. Posetti (Eds.), *Journalism, 'fake news' & Handbook for Journalism Education and Training* (pp. 14–25). Unesco. <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000265552>
- Jacobson, S., Marino, J., & Gutsche, R. E. (2016). The digital animation of literary journalism. *Journalism*, 17(4), 527–546. <https://doi.org/10.1177/1464884914568079>
- Johnston, J., & Forde, S. (2017). Churnalism: Revised and revisited. *Digital Journalism*, 5(8), 943–946. <https://doi.org/10.1080/21670811.2017.1355026>
- Kiss, J. (2009, June 1). *4ip: Two new projects to help prop up local news*. <https://www.theguardian.com/media/pda/2009/jun/01/channel4-research1>
- Lamb, Y. R. (2013). *All the News That Fits on Tablets: An Analysis of News Consumption and Best Practices*. 202, 1–32. <http://www.aejmc.org/home/wp-content/uploads/2013/08/Yanick-Rice-Lamb.pdf>
- Le Masurier, M. (2015). What is slow journalism? *Journalism Practice*, 9(2), 138–152. <https://doi.org/10.1080/17512786.2014.916471>
- Le Masurier, M. (2016). Slow Journalism: An introduction to a new research paradigm. *Journalism Practice*, 10(4), 439–447. <https://doi.org/10.1080/17512786.2016.1139902>
- Luo, M. (2019, April 10). *The Urgent Quest for Slower, Better News*. The New Yorker. <https://www.newyorker.com/culture/annals-of-inquiry/the-urgent-quest-for-slower-better-news>
- Maier, S. (2010). All the News Fit to Post? Comparing News Content on the Web to Newspapers, Television, and Radio. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 87(3–4), 548–562. <https://doi.org/10.1177/107769901008700307>

- Newman, N., Fletcher, Richard, Kalogeropoulos, A., & Nielsen, R. K. (2019). Reuters Institute Digital News Report 2019. *Reuters Institute for the Study of Journalism, 2019*, 1–156. <https://www.digitalnewsreport.org/survey/2019/>
- Nickel, B., & Fonseca, V. P. da S. (2020). O que é lento no slow journalism? Uma análise da sua relação com o tempo. *Âncora*, 7(2), 14–33. <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ancora/article/view/48103>
- Nieto, C., & Valor, J. (2019, April 9). *Slow journalism to cut through the clutter*. Media Matters BlogNetwork IESE Business School University of Navarra. <https://blog.iese.edu/the-media-industry/2019/04/09/slow-journalism-to-cut-through-the-clutter/>
- Nordenson, B. (2008). *Overload!* Columbia Journalism Review. https://archives.cjr.org/feature/overload_1.php
- Pariser, E. (2011, March). *Beware online “filter bubbles”* [Video]. TED Conferences. https://www.ted.com/talks/eli_pariser_beware_online_filter_bubbles
- Pedriza, S. B. (2017). El Slow Journalism en la era de la “infoxicación.” *Doxa Comunicación. Revista Interdisciplinar de Estudios de Comunicación y Ciencias Sociales, December*, 129–148. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n25a6>
- Pedro, L. V. (2016). A Notícia. *Jornal de Notícias*. <https://www.jn.pt/artes/dossiers/portugues-atual/a-noticia-5530184.html>
- Peters, C. (2012). JOURNALISM TO GO: The changing spaces of news consumption. *Journalism Studies*, 13(5–6), 695–705. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2012.662405>
- Posetti, J., & Matthews, A. (2018). *A short guide to the history of ‘fake news’ and disinformation*. <https://www.icfj.org/news/short-guide-history-fake-news-and-disinformation-new-icfj-learning-module>
- Prazeres, M. (2018). Jornalismo lento – Mapeando tensões entre velocidade e comunicação em ambientes digitais. *PAULUS: Revista de Comunicação Da FAPCOM*, 2(4), 125. <https://doi.org/10.31657/rcp.v2i4.71>
- Prazeres, M., & Ratier, R. (2020). O fake é fast? Velocidade, desinformação, qualidade do jornalismo e media literacy. *Estudos Em Jornalismo e Mídia*, 17(1), 86–95. <https://doi.org/10.5007/1984-6924.2020v17n1p86>
- Romero-Rodríguez, L. M., Tejedor, S., & Castillo-Abdul, B. (2021). From the Immediacy of the Cybermedia to the Need for Slow Journalism: Experiences from Ibero-America. *Journalism Practice*, 0(0), 1–19. <https://doi.org/10.1080/17512786.2020.1870530>

- Saltz, K. (2012). Breaking news online: How news stories are updated and maintained around-the-clock. *Journalism Practice*, 6(5–6), 702–710. <https://doi.org/10.1080/17512786.2012.667274>
- Sampaio, G. (2018, September 20). A importância do “jornalismo lento” como impulsionador do “pensamento crítico sobre o que nos rodeia.” *Jornal Económico*. <https://jornaleconomico.sapo.pt/noticias/a-importancia-do-jornalismo-lento-como-impulsionador-do-pensamento-critico-sobre-o-que-nos-rodeia-357057>
- Santana, A. D., & Dozier, D. M. (2019). Mobile Devices Offer Little In-depth News: Sensational, Breaking and Entertainment News Dominate Mobile News Sites. *Journalism Practice*, 13(9), 1106–1127. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1588144>
- Santana, A. D., Livingstone, R. M., & Cho, Y. Y. (2013). Print readers recall more than do online readers. *Newspaper Research Journal*, 34(2), 78–92. <https://doi.org/10.1177/073953291303400207>
- Santos Silva, D., & Granado, A. (2021). Reconfigurações espaço-temporais nos media digitais: sete princípios para um jornalismo à prova do tempo e do espaço. In *Media e Zeitgeist* (pp. 53–75). Editora Insular.
- Scott, M. (2017). The Myth of Representations of Africa: A comprehensive scoping review of the literature. *Journalism Studies*, 18(2), 191–210. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2015.1044557>
- Sheller, M. (2015). News Now: Interface, ambience, flow, and the disruptive spatio-temporalities of mobile news media. *Journalism Studies*, 16(1), 12–26. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2014.890324>
- Simons, M. (2017, September 15). *Journalism faces a crisis worldwide – we might be entering a new dark age*. The Guardian. <https://www.theguardian.com/media/2017/apr/15/journalism-faces-a-crisis-worldwide-we-might-be-entering-a-new-dark-age>
- Skovsgaard, M., & Andersen, K. (2020). Conceptualizing News Avoidance: Towards a Shared Understanding of Different Causes and Potential Solutions. *Journalism Studies*, 21(4), 459–476. <https://doi.org/10.1080/1461670X.2019.1686410>
- Steensen, S. (2009). Online feature journalism: A clash of discourses. *Journalism Practice*, 3(1), 13–29. <https://doi.org/10.1080/17512780802560716>
- Thomas, H. M. (2016). Lessening the Construction of Otherness: A slow ethics of journalism. *Journalism Practice*, 10(4), 476–491. <https://doi.org/10.1080/17512786.2015.1120164>
- Trindade, A. (2012). What will the Future Bring. *Literary Journalism Studies*, 4(2), 101–105. <https://ialjs.org/vol-4-no-2-fall-2012/>

- Tsekeris, C., & Katerelos, I. (2012). Web 2.0, complex networks and social dynamics, Contemporary Social Science. *Journal of the Academy of Social Sciences*, 7(3), 233–246. <https://doi.org/10.1080/21582041.2012.721896>
- Van Krieken, K., & Sanders, J. (2017). Framing narrative journalism as a new genre: A case study of the Netherlands. *Journalism*, 18(10), 1364–1380. <https://doi.org/10.1177/1464884916671156>
- Weaver, D. H., & Willnat, L. (2012). The global journalist in the 21st century. In *The Global Journalist in the 21st Century*. <https://doi.org/10.4324/9780203148679>
- White, A. (2015, January 7). *Charlie Hebdo: How Journalism Needs to Respond to this Unconscionable Attack*. Ethical Journalism Network. <https://ethicaljournalismnetwork.org/charlie-hebdo-how-journalism-needs-to-respond-to-this-unconscionable-attack>

Tabela 2 - Critérios artigos de Slow Journalism. Fonte: Autoria própria.

Artigo	Critérios				
	Vai além da atualidade	É aprofundado (contém investigação, contexto e diversidade)	Utiliza Técnicas Narrativas	Serve a Comunidade (é útil)	É participativo
Ondas de preocupação (Edição nº1427, p.27)		x	x	x	
A Saúde não mora aqui? (Edição nº1427, p.40)		x	x		x
A Vida dos brasileiros ricos em Portugal (Edição nº1428, p.28)	x	x	x		x
Mesquita, basílica ou baixa política? (edição nº1429 p.28)	x	x	x		
As mãos que embalam Ventura (edição nº1429, p.36)	x	x	x		
Verão em Paz e Sossego (edição nº1430, p.40)		x	x	x	
O renascer do rio Douro (edição nº1431, p.56)		x	x		x
A 'Influencer Maldita' (edição nº1432,p.28)	x	x	x		
O poder dos novos 90 anos (edição nº1432, p.49)	x	x	x		x
Correr ou caminhar? O verdadeiro duelo (edição nº1432, p.68)	x	x		x	x
Regresso ao campo (edição nº1433, p.28)		x	x		x
Coura, mais do que um amor de verão (edição nº1433, p.92)	x	x	x	x	x
Conhecer o cérebro para mudar o mundo (edição nº1434, p.30)	x	x	x		
Manuel Vinhas: História de um mecenas (edição nº1435, p.30)	x	x	x		
Marvão, um outro Alentejo (edição nº1435, p.91)	x		x	x	
Portugal, a outra Terra Prometida (edição nº1436, p.56)	x	x	x		x

Artigo	Critérios				
	Vai além da atualidade	É aprofundado (contém investigação, contexto e diversidade)	Utiliza Técnicas Narrativas	Serve a Comunidade (é útil)	É participativo
Ir à rede sem acabar pescado (edição nº1436, p.62)	x	x		x	
Fechar a boca ou nem por isso? (edição nº1437, p.28)	x	x	x	x	x
Marquês de Pombal: A história secreta (edição nº1438, p.30)	x	x	x		
Parque Natural embrulhado em plástico (edição nº1438, p.50)	x	x	x		
Animais de Companhia: Amor cruel (edição nº1441, p.32)	x	x	x	x	
Cara a cara com o agressor (edição nº1442, p.54)	x	x	x		x
Bibliomóvel de Penafiel (edição nº1442, p.80)	x		x		x
Os milionários mais discretos de Portugal (edição nº1443, p.32)	x	x	x		x
Levantados do Chão (edição nº1444, p.58)		x	x		x
A segunda vaga da crise económica (edição nº1445, p.30)		x		x	x
Beirute, a cidade que insiste em renascer (edição nº1445, p.58)	x	x	x		x
O último procurador dos julgamentos de Nuremberga (edição nº1446, p.66)	x	x	x		
O domínio Chinês (edição nº1447, p.34)	x	x	x		
A arte de moldar o aço (edição nº1447, p.92)			x	x	x
Médicos extraordinários (edição nº1448, p.36)	x	x	x		
Os dez combates da vida de Eanes (edição	x	x	x		

Artigo	Critérios				
	Vai além da atualidade	É aprofundado (contém investigação, contexto e diversidade)	Utiliza Técnicas Narrativas	Serve a Comunidade (é útil)	É participativo
nº1448, p.52)					
Uma geração adiada (edição nº1448, p.60)		x	x		x
O estado oculto do chega (edição nº1449, p.40)	x	x	x		
As herdeiras milionárias (edição nº1453, p.30)	x	x	x		
Eu trouxe o vírus para casa (edição nº1453, p.40)		x	x	x	x

Tabela 3 - Características dos artigos de Slow Journalism. Fonte: Autoria própria.

Critérios									
Artigo	Autor	Temática*	Âmbito	Género - Class. Marques Melo	Género - Class. Steensen	Online**	Secção Visão	Capa	Páginas
Ondas de preocupação (Edição nº1427, p.27)	Vários (Mariana Almeida Nogueira; Vânia Maia; Rosa Ruela)	Sociedade; Saúde; Ciência	Nacional	Interpretativo (Análise; Dossier); Utilitário (indicador)	Background Reportage	Sim, mas...não na íntegra, incitando à assinatura da revista: https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2020-07-08-covid-19-segunda-vagano-verao/	Independente	Tema Principal	10 (28-37)
A Saúde não mora aqui? (Edição nº1427, p.40)	Vânia Maia	Sociedade	Nacional	Informativo (Reportagem)	História de Interesse Humano	Não	Independente	Sem chamada de capa	4 (40-43)
A Vida dos brasileiros ricos em Portugal (Edição nº1428, p.28)	Rui Antunes	Sociedade	Nacional	Interpretativo (Dossier, Enquete)	Background Reportage	Sim, mas...não na íntegra, incitando à assinatura da revista: https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2020-07-15-a-vida-dos-brasileiros-ricos-em-portugal/	Independente	Tema Principal	12 (28-39)
Mesquita, basílica ou baixa política? (edição nº1429 p.28)	Filipe Fialho	História; Política; Religião	Internacional	Informativo (notícia); Interpretativo (Análise)	News Reportage; Background Reportage	Não	Independente	Sem chamada de capa	8 (28-35)
As mãos que embalam Ventura (edição nº1429, p.36)	Miguel Carvalho	Política	Nacional	Informativo (Reportagem); Interpretativo (Dossier)	Background Reportage	Sim, mas...não na íntegra, incitando à assinatura da revista https://visao.sapo.pt/atualidade/politica/2020-07-22-os-empresarios-e-as-redes-que-embalam-andre-ventura/	Independente	Tema Principal	12 (36-47)
Portugal longe das multidões (edição nº1430, p.40)	Vários (Luísa Oliveira, Miguel Judas, Susana Silva Oliveira, Sandra Pinto, Sónia Calheiros, Florbela Alves)	Lifestyle	Nacional	Utilitário (Roteiro)	Feature Reportage	Não	Independente	Destaque relevante	28 (40-67)

Critérios									
Artigo	Autor	Temática*	Âmbito	Género - Class. Marques Melo	Género - Class. Steensen	Online**	Secção Visão	Capa	Páginas
O renascer do rio Douro (edição nº1431, p.56)	Cesaltina Pinto	Lifestyle	Nacional	Informativo (Reportagem)	Feature Reportage	Sim, mas não na íntegra, incitando à assinatura da revista: https://url.gratis/qfZoEx	Independente	Pequeno destaque na capa	9 (56-64)
A 'Influencer Maldita' (edição nº1432, p.28)	Luís Almeida Martins	História	Nacional	Interpretativo (Perfil); Informativo (Reportagem)	Perfil	Sim, mas...não na íntegra, incitando à assinatura da revista: https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2020-08-12-catarina-de-braganca-a-influencer-maldita/	Independente	Tema Principal	14 (28-41)
O poder dos novos 90 anos (edição nº1432, p.49)	Clara Soares	Sociedade	Âmbiguo	Interpretativo (Dossier, Enquete)	Background Reportage	Sim, https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2020-11-15-os-jovens-de-90-anos-que-continuam-a-ser-inspiradores/#&gid=0&pid=1	Independente	Destaque relevante	10 (48-57)
Correr ou caminhar? O verdadeiro duelo (edição nº1432, p.68)	Sónia Calheiros	Lifestyle; Sociedade; Desporto	Nacional	Utilitário (Indicador); Interpretativo (Enquete)	Feature Reportage	Sim, https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2020-11-07-afinal-e-melhor-correr-ou-caminhar/	Independente	Pequeno destaque na capa	6 (66-71)
Regresso ao campo (edição nº1433, p.28)	Rosa Ruela	Sociedade	Nacional	Informativo (Reportagem); Interpretativo (Enquete, Dossier)	Background Reportage	Sim, mas...não na íntegra, incitando à assinatura da revista: https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2020-08-19-largar-tudo-e-ir-viver-para-o-campo/	Independente	Tema Principal	10 (28-37)
Coura, mais do que um amor de verão (edição nº1433, p.92)	Vários (Miguel Judas; Lucília Monteiro)	Cultura; Sociedade; Lifestyle	Nacional	Utilitário (Roteiro); Informativo (Reportagem)	Feature Reportage	Sim, https://visao.sapo.pt/visaose7e/sair/2020-08-26-paredes-de-coura-mais-do-que-um-amor-de-verao/	Visão Se7e	Sem chamada de capa	6 (92-97)
Conhecer o cérebro para mudar o mundo (edição nº1434, p.30)	Sara Sá	Ciência; Saúde	Nacional	Informativo (Reportagem); Interpretativo (Dossier)	Background Reportage	Sim, mas...não na íntegra, incitando à assinatura da revista: https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2020-08-26-o-cerebro-por-dentro/	Independente	Tema Principal	10 (30-39)

Critérios									
Artigo	Autor	Temática*	Âmbito	Género - Class. Marques Melo	Género - Class. Steensen	Online**	Secção Visão	Capa	Páginas
Manuel Vinhas: História de um mecenas (edição nº1435, p.30)	Isabel Lindim (não é da Visão - Bolsa Gulbenkian)	Sociedade; História	Nacional	Informativo (Reportagem); Interpretativo (Perfil)	Perfil	Sim, mas...não na íntegra, incitando à assinatura da revista: https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2020-09-02-manuel-vinhas-a-vida-fascinante-de-um-mecenas-incomodo/	Independente	Tema Principal	12 (30-41)
Marvão, um outro Alentejo (edição nº1435, p.91)	Susana Lopes Faustino	Lifestyle	Nacional	Informativo (Reportagem); Utilitário (Roteiro)	Feature Reportage	Sim, https://visao.sapo.pt/visaose7e/sair/2020-09-09-marvao-das-alturas-passeio-pela-vila-medieval-alentejana-no-alto-da-serra-de-sao-mamede/	Visão Se7e	Sem chamada de capa	6 (92-97)
Portugal, a outra Terra Prometida (edição nº1436, p.56)	Vânia Maia	Sociedade; Política; Religião	Nacional	Informativo (Reportagem); Interpretativo (Dossier)	Background Reportage	Não	Independente	Destaque relevante	10 (50-59)
Ir à rede sem acabar pescado (edição nº1436, p.62)	Paulo Zacarias Gomes	Tecnologia; Sociedade; Economia	Âmbiguo	Interpretativo (Análise, Dossier); Utilitário (Indicador, Serviço)	Background Reportage	Sim, https://visao.sapo.pt/atualidade/economia/2020-10-10-consumo-as-armadilhas-das-compras-online/	Independente	Pequeno destaque na capa	6 (60-65)
Fechar a boca ou nem por isso? (edição nº1437, p.28)	Vários (Luísa Oliveria; Rosa Ruela)	Saúde; Sociedade	Nacional	Informativo (Reportagem); Utilitário (Indicador); Interpretativo (Dossier, Enquete)	Background Reportage	Sim, mas...não na íntegra, incitando à assinatura da revista: https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2020-09-16-a-ciencia-de-comer-menos-para-viver-mais/	Independente	Tema Principal	11 (28-38)
Marquês de Pombal: A história secreta (edição nº1438, p.30)	J. Plácido Júnior	História	Nacional	Interpretativo (Perfil); Informativo (Reportagem)	Perfil	Sim, mas... não na íntegra, incitando à assinatura da revista: https://visao.sapo.pt/historia/2020-09-23-marques-de-pombal-a-historia-secreta/	Independente	Tema Principal	12 (30-41)
Parque Natural embrulhado em plástico (edição nº1438, p.50)	Luísa Oliveira	Ambiente; Sociedade	Nacional	Informativo (Reportagem); Interpretativo (Dossier)	Background Reportage	sim, https://visao.sapo.pt/visao_verde/ambiente/2020-11-08-parque-natural-da-costa-vicentina-ameacado-pelo-plastico/	Independente	Pequeno destaque na capa	6 (50-55)

Critérios									
Artigo	Autor	Temática*	Âmbito	Género - Class. Marques Melo	Género - Class. Steensen	Online**	Secção Visão	Capa	Páginas
Animais de Companhia: Amor cruel (edição nº1441, p.32)	Rui Antunes	Sociedade	Nacional	Utilitário (Indicador); Interpretativo (Dossier)	Background Reportage	Sim, mas...não na íntegra, incitando à assinatura da revista: https://visao.sapo.pt/edicao-impressa/2020-10-14-visao-faz-quatro-capas-com-animais-para-adocao/#&gid=0&pid=1	Independente	Tema Principal	12 (32-43)
Cara a cara com o agressor (edição nº1442, p.54)	J. Plácido Júnior	Justiça; Sociedade ;	Nacional	Interpretativo (Dossier);	Background Reportage	Sim, https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2020-11-22-justica-restaurativa-por-as-vitimas-cara-a-cara-com-os-agressores-para-curar-ambos/	Independente	Sem chamada de capa	5 (54-58)
Bibliomóvel de Penafiel (edição nº1442, p.80)	Miguel Carvalho	Sociedade; Cultura	Nacional	Informativo (Reportagem)	Feature Reportage	Sim, https://visao.sapo.pt/atualidade/cultura/2020-11-16-bibliomovel-de-penafiel-os-livros-que-a-peste-nao-levou/	Vagar	Sem chamada de capa	6 (80-85)
Os milionários mais discretos de Portugal (edição nº1443, p.32)	Catarina Guerreiro	Sociedade	Nacional	Interpretativo (Perfil)	Perfil	Sim, mas...não na íntegra, incitando à assinatura da revista: https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2020-10-28-o-poder-dos-milionarios-mais-discretos-de-portugal/	Independente	Tema Principal	10 (32-41)
Levantados do Chão (edição nº1444, p.58)	Vários (Cesaltina Pinto, Florbela Alves, Luísa Oliveira, Sónia Calheiros)	Sociedade	Nacional	Interpretativo (Enquete)	História de Interesse Humano	Não	Independente	Sem chamada de capa	8 (58-65)
A segunda vaga da crise económica (edição nº1445, p.30)	Vários (Nuno Aguiar, Rui Barroso, Sónia Calheiros, Cesaltina Pinto)	Economia ; Sociedade	Nacional	Interpretativo (Análise, Dossier, Enquete)	Background Reportage	Sim, mas...não na íntegra, incitando à assinatura da revista: https://visao.sapo.pt/atualidade/economia/2020-11-11-como-vamos-sobreviver-a-esta-crise/	Independente	Tema Principal	8 (30-37)
Beirute, a cidade que insiste em renascer (edição nº1445, p.58)	Margarida Vaqueiro Lopes	Sociedade	Internacional	Informativo (Reportagem); Interpretativo (Dossier)	Background Reportage	Não	Independente	Sem chamada de capa	6 (58-63)

Critérios									
Artigo	Autor	Temática*	Âmbito	Género - Class. Marques Melo	Género - Class. Steensen	Online**	Secção Visão	Capa	Páginas
O último procurador dos julgamentos de Nuremberga (edição nº1446, p.66)	Mafalda Anjos	História	Internacional	Interpretativo (Perfil)	Perfil	Não	Independente	Sem chamada de capa	6 (66-71)
O domínio Chinês (edição nº1447, p.34)	Vários (Nuno Aguiar; Rui Barroso)	Economia	Internacional	Interpretativo (Análise, Dossier); Utilitário (Cotação)	Background Reportage	Sim, mas...não na íntegra, incitando à assinatura da revista: https://visao.sapo.pt/atualidade/economia/2020-11-25-china-o-imperio-do-meio-contrataca/	Independente	Tema Principal	8 (34-41)
A arte de moldar o aço (edição nº1447, p.92)	Sónia Calheiros	Lifestyle; Sociedade	Nacional	Interpretativo (Enquete); Utilitário (Indicador)	Feature Reportage	Sim, https://visao.sapo.pt/visaose7e/comprar/2021-01-06-a-arte-de-moldar-o-aco-destas-maos-saem-as-melhores-facas-portuguesas-artesanais/	Visão Se7e	Sem chamada de capa	5 (92-96)
Médicos extraordinários (edição nº1448, p.36)	Vários (Rui Antunes; Vânia Maia)	História	Nacional	Interpretativo (Perfil)	Perfil	Sim, mas...não na íntegra, incitando à assinatura da revista: https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2020-12-02-grandes-medicos-que-ficaram-para-a-historia/	Independente	Tema Principal	9 (36-44)
Os dez combates da vida de Eanes (edição nº1448, p.52)	Filipe Luís	História; Política	Nacional	Interpretativo (Perfil)	Perfil	Não	Independente	Pequeno destaque na capa	8 (52-59)
Uma geração adiada (edição nº1448, p.60)	Vários (Rui Antunes; Sónia Calheiros)	Sociedade	Nacional	Informativo (Reportagem); Interpretativo (Enquete)	História de Interesse Humano	Sim, https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2021-01-03-a-geracao-covid-19-aprender-a-viver-com-o-futuro-suspenso/	Independente	Sem chamada de capa	7 (60-66)
O estado oculto do chega (edição nº1449, p.40)	Miguel Carvalho	Política	Nacional	Informativo (Reportagem); Interpretativo (Dossier)	Background Reportage	Sim, mas...não na íntegra, incitando à assinatura da revista: https://visao.sapo.pt/atualidade/politica/2020-12-09-investigacao-ameacas-jogos-de-poder-e-ligacoes-perigosas-do-chega/	Independente	Tema Principal	12 (40-51)

Critérios									
Artigo	Autor	Temática*	Âmbito	Género - Class. Marques Melo	Género - Class. Steensen	Online**	Secção Visão	Capa	Páginas
As herdeiras milionárias (edição nº1453, p.30)	Sílvia Caneco	Sociedade	Nacional	Interpretativo (Perfil)	Perfil	Sim, mas...não na íntegra, incitando à assinatura da revista: https://visao.sapo.pt/atualidade/economia/2021-01-06-as-herdeiras-milionarias-do-imperio-queiroz-pereira/	Independente	Tema Principal	10 (30-39)
Eu trouxe o vírus para casa (edição nº1453, p.40)	Vânia Maia	Sociedade	Nacional	Utilitário (Indicador); Interpretativo (Análise, Dossier, Enquete)	História de Interesse Humano	Sim, https://visao.sapo.pt/atualidade/sociedade/2021-02-06-covid-19-como-lidar-com-a-culpa-de-infetar-alguem/	Independente	Pequeno destaque na capa	8 (40-47)

*Temáticas escolhidas preferencialmente de acordo com as apresentadas no site da Visão.

** À data de 13/04/2021.