



FACULDADE DE LETRAS
UNIVERSIDADE DE
COIMBRA

Débora Regina Bastos Cruz

O JORNALISMO LENTO NO MUNDO DA VELOCIDADE

O CASO DO GERADOR

Relatório de Estágio do Mestrado em Jornalismo e Comunicação, orientado pelo
Professor Doutor João José Figueira da Silva, apresentado ao Departamento
Filosofia, Comunicação e Informação da Faculdade de Letras da Universidade de
Coimbra

Setembro de 2023

FACULDADE DE LETRAS

O JORNALISMO LENTO NO MUNDO DA VELOCIDADE O CASO DO GERADOR

Ficha Técnica

Tipo de trabalho	Relatório de Estágio
Título	O jornalismo lento no mundo da velocidade
Subtítulo	O caso do Gerador
Autor/a	Débora Regina Bastos Cruz
Orientador/a(s)	Doutor João José Figueira da Silva
Júri	Presidente: Doutor João Manuel Santos De Miranda Vogais: 1. Doutor José Carlos Costa dos Santos Camponez 2. Doutor João José Figueira da Silva
Identificação do Curso	2º Ciclo em
Área científica	Jornalismo e Comunicação
Especialidade/Ramo	Profissional
Data da defesa	19-10-23
Classificação do Relatório	18 valores
Classificação do Estágio e Relatório	18 valores



Agradecimentos

Aos meus pais, por todo o apoio e a quem devo a oportunidade de ter concluído, não só esta, mas todas as etapas do meu percurso académico.

Aos meus amigos, que me acompanham desde sempre.

Aos docentes do Mestrado em Jornalismo e Comunicação, em particular ao Professor João Figueira, pela orientação e pelas reflexões que suscitou.

À equipa do Gerador, pela oportunidade de estágio e pelas aprendizagens.

A todos os que partilharam comigo a Sala de Estudo da Associação Académica de Coimbra, nas longas noites que me permitiram concluir este relatório. Espero que o vosso esforço também tenha valido a pena.

RESUMO

O jornalismo lento no mundo da velocidade: o caso do Gerador

A partir da década de 1990, o advento da digitalização e a popularização da Internet espoletaram a reconfiguração dos processos de produção, disseminação e receção de conteúdos jornalísticos. Estas mudanças viabilizaram um ecossistema mediático em que a velocidade emerge como uma vantagem competitiva e em que a qualidade das matérias informativas é concebida como um objetivo secundário. Neste contexto, nasce o jornalismo lento, termo cunhado por Susan Greenberg, em 2007, que emerge como um corretivo ou um complemento do jornalismo “rápido” produzido pelos órgãos de comunicação social *mainstream*.

Este estudo foi realizado na plataforma portuguesa independente de jornalismo, cultura e educação, *Gerador*, que se assume como um órgão de comunicação produtor de jornalismo lento. Foram analisadas entrevistas feitas durante o estágio curricular para identificar os princípios e práticas que orientam este tipo de produção jornalística, atendendo às suas dificuldades de afirmação e de conceptualização. Ao nível das práticas, observou-se que a conceção de jornalismo lento não apresenta particularidades exclusivas deste tipo de produção jornalística.

Conclui-se, no entanto, que os princípios promovidos por este tipo de jornalismo colocam a tónica no respeito: pela complexidade dos temas, pelo tempo de produção, pelo trabalho do jornalista, pelo ritmo dos entrevistados e pelo interesse dos cidadãos. Neste sentido, sublinha-se que, entre os jornalistas e as fontes, é promovida uma relação pautada pela hospitalidade e disponibilidade. Em simultâneo, o público é entendido, não como um consumidor, mas como um co-produtor que contribui para a edificação dos trabalhos produzidos.

Destaca-se que é necessário entender este tipo de produção jornalística como um contraponto à velocidade como norma de produção e de consumo de matérias informativas. Dissecar e analisar de forma isolada as suas características subtrai à riqueza desta forma de pensar e de fazer jornalismo.

Palavras-chave: Velocidade; Jornalismo; Jornalismo lento; Entrevista; Afirmação

ABSTRACT

Slow Journalism in a speed driven world: the case of Gerador

From the 1990s onwards, the advent of digitalization and the popularization of the Internet triggered a reconfiguration of the processes of production, dissemination and reception of journalistic content. These changes have enabled a media ecosystem in which speed emerges as a competitive advantage and in which the quality of information is conceived as a secondary objective. In this context, slow journalism was born, a term coined by Susan Greenberg, in 2007, which arises as a corrective or a complement to the “fast” journalism produced by mainstream media outlets.

This study was carried out on the independent Portuguese platform of journalism, culture and education, *Gerador*, which sees itself as a media outlet that produces slow journalism. Interviews carried out during the curricular internship were analyzed to identify the principles and practices that guide this type of journalistic production, taking into account its difficulties in affirmation and conceptualization. In terms of the practices carried out, it was observed that the concept of slow journalism does not introduce particularities exclusive to this type of journalistic production.

However, it is concluded that the principles promoted by this type of journalism place the emphasis on respect: for the complexity of the themes, for the production time, for the journalist's work, for the rhythm of the interviewees and for the interest of the public. In this sense, it is emphasized that, between journalists and sources, a relationship based on hospitality and availability is promoted. At the same time, the public is understood, not as a consumer, but as a co-producer who contributes to the construction of the contents produced.

It is important to highlight that it is necessary to understand this type of journalistic production as a counterpoint to speed as the norm for the production and consumption of news content. Dissecting and analyzing its characteristics in an isolated way takes away from the richness of this way of thinking and doing journalism.

Keywords: Speed; Journalism; Slow Journalism; Interview; Affirmation

SUMÁRIO

Agradecimentos	3
RESUMO	4
ABSTRACT	5
Índice de Figuras	7
Introdução	1
1. A emergência do digital: novas possibilidades e constrangimentos	4
1.1. A atividade jornalística e o culto da velocidade	7
1.2. O incumprimento do papel social do jornalismo.....	8
2. O jornalismo lento: desde a emergência às dificuldades de conceptualização	12
2.1. O movimento Slow Food e o jornalismo lento.....	12
2.2. O jornalismo lento: as primeiras referências	14
2.3. O jornalismo lento e as dificuldades de conceptualização	16
2.3.1. O jornalismo lento como um género	20
2.3.2. O jornalismo lento como um processo.....	21
2.3.3. O jornalismo lento como uma abordagem	22
2.3.4. O jornalismo lento como estilo	24
2.4. As dificuldades de afirmação.....	24
2.5. Co-produção: a relação com o público.....	28
2.6. A independência e a rejeição dos modelos de negócio convencionais.....	31
3. Jornalismo lento: algumas experiências	33
3.1. Experiências internacionais.....	33
3.2. Experiências nacionais.....	40
4. O Gerador	43
4.1. A cultura no Gerador	44
4.2. A educação no Gerador.....	45
4.3. O jornalismo no Gerador	46
4.3.1. A Revista Gerador	46
4.3.2. A plataforma digital.....	47
4.3.3. Estatuto Editorial e linhas orientadoras	47
4.3.4. O Gerador e o jornalismo lento	49
5. O Estágio Curricular no Gerador	52
5.1. Os números e os princípios orientadores da análise	53
5.1.1. Setembro: o começo	54
5.1.2. Outubro: os desafios da primeira entrevista	56
5.1.3. Dezembro: a sobrecarga e a dificuldade de conciliação	66
5.1.4. Janeiro: os detalhes e a importância da postura	67
5.2. Balanço final: reflexões em retrospectiva	70
Conclusão	73
Bibliografia/Fontes Consultadas	76

Índice de Figuras

Figura 1 — Número total de peças produzidas durante o estágio curricular 53

Figura 2 — Número total de peças produzidas por editoria 53

Introdução

O modo como as sociedades percebem e experienciam as noções de tempo e de espaço é condicionado por múltiplos fatores. Ainda assim, verifica-se a existência de um vínculo entre os modos de produção de um determinado momento histórico e a forma como construímos estas categorias (Frezza et al, 2009). É na contemporaneidade, sob a orientação de lógicas capitalistas, que a aceleração dos processos e ritmos de produção, acompanhada pela aceleração paralela dos ritmos de consumo, atinge os seus níveis mais elevados. A partir da década de 1990, a digitalização e a popularização da Internet contribuíram para um novo acelerar destes processos, encurtando distâncias e influenciando a forma como percebemos o passado, o futuro e o modo como vivemos o presente.

É neste contexto que a velocidade é frequentemente entendida como um dos elementos centrais da cultura contemporânea (Prazeres, 2018). Naturalmente, a atividade jornalística não vive isolada destas dinâmicas: a digitalização espoletou a reconfiguração dos processos de produção, disseminação e receção de conteúdos jornalísticos, sob o signo da velocidade e da comodificação das matérias informativas (Jackson, 2009). Num ecossistema mediático pautado por ciclos noticiosos de 24 horas, pela competição ininterrupta pela atenção dos cidadãos, e em que se encoraja o tratamento sensacionalista das informações para que estas consigam gerar um maior número de visualizações e partilhas, a velocidade emerge como uma vantagem competitiva (Quintanilha et al, 2020). No entanto, na corrida para serem os primeiros, os jornalistas parecem ser vistos apenas como meros transmissores de informações: a contextualização dos factos, a profundidade dos temas e a interpretação dos acontecimentos é negligenciada e a qualidade dos conteúdos é, por isso, questionável, passando a ser concebida como um objetivo secundário.

Parece ser em resposta à precariedade e desvalorização sentida pelos jornalistas e a este contexto de velocidade como norma de produção e de consumo de conteúdos jornalísticos, que se dá a emergência de “jornalisms” orientados por temporalidades distintas (Rauch, 2018; Masurier, 2015). Assim nasce o jornalismo lento: o termo surgiu, pela primeira vez, em 2007, pelas mãos de Susan Greenberg (Pedriza, 2017; Greenberg, 2012; Greenberg, 2007). Desde então, a literatura científica em torno do conceito tem contribuído para que este tipo de produção jornalística seja entendida como aquela cujo foco extrapola os ritmos de

produção das matérias informativas. Nesse sentido, o jornalismo lento emerge como um corretivo ou um complemento do “jornalismo rápido” produzido pelos órgãos de comunicação social *mainstream* (Romero-Rodríguez et al, 2022; Drok & Hermans, 2016; Masurier, 2015). Ainda assim, e apesar das contribuições de múltiplos autores e académicos, o conceito tem encontrado dificuldades em diferenciar-se de outras correntes jornalísticas e em destacar os princípios e práticas que promove como distintos daqueles que são preconizados pela atividade jornalística há décadas (Mendes & Marinho, 2022).

A partir do estágio curricular realizado na plataforma portuguesa independente de jornalismo, cultura e educação, *Gerador*, foram desenvolvidas reflexões em torno do conceito de jornalismo lento, que são aqui apresentadas. Nesse sentido, o presente Relatório de Estágio, que tem como objeto de estudo a plataforma jornalística, tem como objetivo perceber de que forma a abordagem de jornalismo lento se materializa neste órgão de comunicação social. Atendendo às dificuldades de conceptualização e de afirmação deste tipo de jornalismo, procura-se entender o que diferencia a produção jornalística do *Gerador* de outros órgãos de comunicação que não se rotulam ou identificam com o conceito de jornalismo lento. Com esse objetivo, foram analisadas três das entrevistas realizadas durante o estágio curricular.

O relatório encontra-se dividido em cinco capítulos: o enquadramento teórico é constituído pelos três capítulos iniciais e a análise prática pelos restantes. No primeiro capítulo, dá-se destaque às reconfigurações verificadas na atividade jornalística provocadas pela emergência e desenvolvimento do meio digital: desde mudanças nas práticas da classe profissional, às alterações dos modelos de negócio dominantes, à relação entre os jornalistas e os tradicionais recetores de conteúdos noticiosos. A valorização jornalística da velocidade e a negligência do papel social do jornalismo são também analisados neste capítulo.

No segundo capítulo é aprofundado o conceito de jornalismo lento, passando pelas suas influências e pelas primeiras referências conhecidas do termo. As dificuldades de conceptualização e de afirmação são também discutidas, sem esquecer, no entanto, as particularidades que este tipo de produção jornalística introduz, nomeadamente, a forma como perspetiva o público e o modo como os modelos de negócio dominantes são

rejeitados. Por sua vez, no terceiro capítulo, são apresentadas e analisadas algumas das experiências nacionais e internacionais da prática de jornalismo lento.

No quarto capítulo é feita uma apresentação aprofundada do *Gerador*, não só enquanto órgão de comunicação social, mas também como associação cultural sem fins lucrativos. Por último, no capítulo cinco, são expostas as reflexões sobre a prática de jornalismo lento no *Gerador*, sobretudo, através da análise das entrevistas feitas durante os quatro meses de estágio curricular. A análise foi construída tendo em conta os objetivos que orientaram a realização deste Relatório de Estágio.

1. A emergência do digital: novas possibilidades e constrangimentos

O desenvolvimento das novas tecnologias de informação e de comunicação e a popularização da Internet, a partir da década de 1990, trouxeram consigo o advento da digitalização. As grandes transformações operadas na profissão de jornalista nas últimas três décadas não podem ser dissociadas deste conceito, responsável pela reconfiguração dos processos de produção, disseminação e receção de conteúdos noticiosos.

Entre outras mudanças, a emergência de novas ferramentas e formatos de publicação provocou a redefinição das competências profissionais dos jornalistas, obrigados a adaptarem a sua produção para este novo suporte mediático (Fidalgo, 2004). Neste contexto, as linguagens e as técnicas de redação das matérias informativas sofreram alterações, tendo em conta as especificidades do meio digital. Passou-se a conceder prioridade à construção de arquiteturas noticiosas abertas e interativas, constituídas por blocos textuais que devem ser coesos e fechados. Canavilhas (2014) explica que a organização da informação que é característica dos meios tradicionais, com hierarquias estabelecidas através da importância que os jornalistas atribuem a cada facto, deixam de ser adequadas. Ao invés disso, torna-se mais pertinente oferecer todos os contextos necessários à notícia transmitida do que estabelecer uma hierarquização subjetiva das informações.

Efetivamente, algumas das características que ajudam a definir o *webjornalismo*, tais como a interatividade, a hipertextualidade e a multimedialidade, viabilizam a oferta de uma melhor contextualização e de um maior aprofundamento das informações noticiosas (Palacios, 2014). Sem um limite rígido para o número de caracteres disponíveis para a escrita de cada peça, o digital possibilitou também a emergência de espaços ilimitados para a publicação de conteúdos e o desenvolvimento de novos formatos para a apresentação de narrativas jornalísticas (Rocha & Rocha, 2021). Paralelamente, e através da disponibilização de um armazenamento infinito de informações, o ambiente digital propicia ainda o acesso mais simples e rápido a fontes de informação e a mecanismos de verificação de factos.

Por outro lado, este “arquivo digital” de informação infinita passa também a estar disponível para o público em geral. Muitos dos condicionamentos que faziam com que fosse

necessária a intervenção de mediadores para aceder às informações desapareceram, e os tradicionais recetores passam a poder aceder de forma direta a conteúdos de vária ordem. Acresce que as especificidades que caracterizam o jornalismo digital permitem que os cidadãos explorem itinerários e conteúdos informativos de forma cada vez mais personalizada e, através da interatividade que caracteriza este meio, contribuir com as suas informações e comentários, tornando-se também eles produtores de conteúdos (Palacios, 2014).

Assiste-se, neste contexto, a uma diluição do papel dos jornalistas como elementos imprescindíveis no fluxo de conteúdos estabelecido entre as fontes primárias e os cidadãos, o que, por sua vez, reforça as ambiguidades já existentes em torno da delimitação de um espaço profissional jornalístico autónomo (Fidalgo, 2004). Poder-se-á argumentar, ainda assim, que a ausência ou a desvalorização de mediadores tornou mais óbvia a importância da responsabilidade social assumida pelos jornalistas enquanto mediadores profissionais. Condicionados por valores éticos e deontológicos, ao contrário dos restantes mediadores e agentes existentes no mundo digital, os jornalistas devem assegurar a qualidade da informação que transmitem e disseminam, através de critérios de recolha, tratamento e distribuição dos conteúdos informativos, passíveis do escrutínio da opinião pública (Camponez et al, 2020). No entanto, e apesar da profundidade e contextualização que é possível inculcar nas matérias informativas produzidas para o meio digital, nem sempre é esta a realidade a que se assiste.

Apesar da sua importância enquanto suporte mediático, entender o meio digital somente como um novo ambiente para a publicação e disseminação de matérias informativas seria redutor e simplista (Schnell, 2018). Para além das mudanças verificadas ao nível dos formatos de publicação e dos procedimentos jornalísticos, também ao nível dos modelos de negócio aplicados e das condições de trabalho dos jornalistas se verificam reconfigurações (Quintanilha et al, 2020). Neste sentido, as mudanças suscitadas pelo desenvolvimento do meio digital afetam não só a organização editorial dos órgãos de comunicação, como também exercem influência sobre toda a economia dos *media*.

Waisbord (2019) dá conta de que os ambientes digitais possibilitaram a migração massiva da publicidade e dos anunciantes para as redes sociais e plataformas como a *Google*,

fazendo com que os investimentos direcionados a organizações mediáticas e a órgãos de comunicação se tornassem cada vez mais reduzidos. A viabilidade económica das instituições mediáticas tradicionais viu-se, deste modo, abalada, e as plataformas *online* ficaram condicionadas pela exploração das possibilidades económicas que o digital tem para oferecer (Garcia et al, 2021). Schnell (2018) sublinha que estas reconfigurações têm feito com que a economia dos *media* esteja a ser crescentemente orientada pela racionalidade do mercado.

Acresce que a infinitude de conteúdos informativos disponíveis *online* e a diluição das fronteiras entre os jornalistas e os consumidores fazem com que os órgãos de comunicação tenham de competir como nunca pela atenção das suas audiências. Neste contexto concorrencial, os conteúdos noticiosos assemelham-se cada vez mais a mercadorias, ao invés de a informações consequentes ou conhecimento com valor social (Jackson, 2009). A comodificação de notícias com o objetivo de maximização de lucros passa a sobrepor-se ao interesse público das informações produzidas e as probabilidades de algo se tornar uma notícia passam cada vez mais a depender dos custos da sua cobertura e da atenção que poderá vir a obter do que da importância dos dados para o público. Consequentemente, os critérios usados na seleção e tratamento das matérias são com frequência subvertidos por motivações que não se encontram relacionadas com o jornalismo (Fidalgo, 2004).

Neste contexto, a atividade jornalística passa a estar mais vulnerável perante as lógicas das economias capitalistas e os interesses de corporações (Waisbord, 2019). Verifica-se que, muitas vezes, os recursos disponíveis através das inovações tecnológicas e do meio digital não são usados para auxiliar os processos jornalísticos e aprofundar as histórias relatadas, mas antes como oportunidades para as empresas tentarem maximizar os seus lucros e, em simultâneo, reduzirem os seus custos de produção. Desta forma, as inovações tecnológicas das últimas décadas passam a ser vistas como uma forma de reduzir o número de trabalhadores para o estritamente necessário, ao mesmo tempo que os incentivam a uma maior produtividade.

A atividade jornalística não escapa a estas dinâmicas de flexibilização laboral e precarização do trabalho: verifica-se um agravamento das situações de despedimento, os vínculos laborais permanentes são progressivamente substituídos por vínculos laborais instáveis e

baixos salários, e o recurso a estagiários profissionais ou não remunerados é mais frequente (Miranda & Gama, 2019). Naturalmente, estas situações fazem emergir preocupações referentes à qualidade da informação e aos modos de exercer a profissão, ao mesmo tempo que fazem crescer os receios em relação ao futuro da atividade jornalística (Miranda, 2021).

Neste ecossistema mediático que manifesta dificuldades em gerar receita, a velocidade emerge como um mecanismo de competição económica. Nesse sentido, a vantagem competitiva vai residir, frequentemente, em fazer um maior número de conteúdos, a custos reduzidos, o mais depressa possível (Quintanilha et al, 2020).

1.1. A atividade jornalística e o culto da velocidade

A velocidade tem sido apontada como um dos elementos centrais da cultura contemporânea. Valores como a rapidez, a inovação tecnológica, a interatividade, a conectividade e a efemeridade são considerados representativos do espírito da época, e influenciam o comportamento dos indivíduos, o desenvolvimento das instituições e o próprio *modus operandi* contemporâneo (Prazeres, 2018; Assunção & Ehrenberg, 2016). Sob a orientação de lógicas capitalistas, é na contemporaneidade e, sobretudo, a partir do século XIX, que a aceleração dos processos e ritmos de produção industriais, acompanhada pela aceleração paralela dos ritmos de consumo, atinge os seus níveis mais elevados (Frezza et al, 2009).

Rosique-Cedillo & Barranquero-Carretero (2015, p. 452) relembram que no campo da comunicação, a utilização de tecnologias para ultrapassar limitações de espaço e de tempo tem sido uma constante ao longo da história. A invenção do telégrafo e da rádio, no século XIX, e a invenção da televisão, no século XX, com o advento do direto televisivo, desenvolvido, sobretudo, na década de 1950, fizeram da velocidade algo progressivamente mais desejado na atividade jornalística. Mais recentemente, a digitalização e a popularização da Internet intensificaram ainda mais a velocidade dos processos de produção e de consumo jornalísticos.

Apesar de o considerar, em simultâneo, um princípio essencial e problemático, Deuze (2005) aponta o imediatismo como um dos cinco valores centrais do jornalismo, a par da

ética, da objetividade, da autonomia e do serviço público. De facto, o trabalho jornalístico exige, muitas vezes, trabalhar sob pressão e fazer um tratamento rápido das informações, pelo que estas capacidades sempre foram valorizadas pela classe profissional (Schnell, 2018; Lee, 2015). Atendendo à necessidade, ou ao desejo, do público em ser informado o mais rapidamente possível acerca de assuntos e acontecimentos relevantes, a velocidade afigura-se mesmo um elemento indispensável da cultura jornalística (Drok & Hermans, 2016) e que antecede, deste modo, quaisquer adventos tecnológicos.

Ainda assim, as inovações tecnológicas verificadas ao longo dos séculos e, mais recentemente, o advento da digitalização, alteraram a conceção e aplicabilidade da noção de velocidade de tal forma que, no campo jornalístico, parece hoje impossível dissociar a velocidade como norma de produção e de consumo, da emergência e desenvolvimento do meio digital. Assunção & Ehrenberg (2016) defendem mesmo que, no ciberespaço, a velocidade parece tornar-se uma condição necessária para que os conteúdos digitais possam existir.

Efetivamente, o meio digital impulsionou a alteração do ciclo tradicional de notícias, com a sua substituição pelo ciclo noticioso de 24 horas, possibilitando também as constantes atualizações de informações e a publicação ininterrupta de conteúdos noticiosos (Schnell, 2018; Pedriza, 2017). Entende-se, assim, que a tecnologia dos novos *media* possibilita a produção e disseminação acelerada de matérias informativas. De modo a alimentar este fluxo de conteúdos e competir com a proliferação de mediadores a nível global, atribui-se uma importância cada vez maior à quantidade de peças produzidas, mesmo que isso implique a desvalorização da qualidade jornalística das mesmas e, como resultado, os jornalistas são pressionados a serem cada vez mais produtivos. Privilegiando-se a velocidade e a redução de custos em detrimento da qualidade do jornalismo produzido, simplificam-se os processos fundamentais para dar a tão necessária credibilidade aos conteúdos jornalísticos.

1.2. O incumprimento do papel social do jornalismo

As reconfigurações desencadeadas pelo desenvolvimento do meio digital, testemunhadas ao nível dos processos de produção, disseminação e consumo de conteúdos noticiosos,

fazem com que a atividade jornalística se encontre numa fase de transição importante (Drok & Hermans, 2016). Cada vez mais, os jornalistas são confrontados com a necessidade de repensarem as suas funções e a forma como exercem a sua profissão (Camponez, 2018).

O advento da digitalização parece ter contribuído para que entre as funções desempenhadas pelos jornalistas, a tónica tivesse sido colocada no papel de disseminador de informações, reduzindo, assim, estes profissionais a meros espectadores da realidade. No entanto, o papel do jornalista nunca foi apenas esse: a investigação de informações, a sua respetiva contextualização, o contacto com as fontes, a verificação de factos e a interpretação dos acontecimentos representam fases importantes nos processos de produção jornalísticos e fazem parte do papel de escrutínio assumido pela profissão (Craig, 2016). Ainda assim, um ecossistema mediático em que a velocidade é entendida como uma vantagem competitiva não favorece o desempenho adequado destas práticas.

Apesar de se poder argumentar contra a abrangência da afirmação, Rosenberg & Feldman, 2008 *apud* Drok & Hermans (2016, p. 540) sublinham mesmo que todos os erros cometidos nas redações são o resultado de uma ambição excessiva para ser o primeiro. Nesta corrida, o questionamento, a dúvida e a reflexão são frequentemente negligenciados e as peças jornalísticas tornam-se mais propícias à simplificação e ao uso de binarismos que não representam a complexidade dos temas ou que oferecem uma visão redutora sobre os mesmos. Tendo em conta a aparente indisponibilidade do público para levar o seu tempo a compreender e a “saborear a informação”, afigura-se necessário produzir conteúdos noticiosos que sejam de fácil e rápido consumo (Rosique-Cedillo & Barranquero-Carretero, 2015, p. 452). Aliás, a valorização da velocidade no jornalismo é frequentemente justificada pelas expectativas das audiências e pelo direito do público a ter conhecimento de determinadas informações assim que estas sucedem (Masurier, 2015). Ainda assim, Rosenberg & Feldman, 2008 *apud* Masurier (2015, p. 140) defendem que: “The public’s right to know has been supplanted by the public’s right to know everything, however fanciful and even erroneous, as fast as technology allows.”

Esta necessidade de ser rápido faz com que a reprodução de estereótipos e o recurso a interpretações e enquadramentos que não apresentam qualquer tipo de novidade se tornem mais comuns. Efetivamente, verifica-se que os conteúdos noticiosos publicados são cada

vez mais dependentes de notas e comunicados de imprensa e, neste sentido, o jornalismo corre o risco de apresentar apenas a visão — marcada por uma agenda específica e pelo interesse próprio — dos profissionais das Relações Públicas sobre os assuntos e temas noticiados (Masurier, 2015).

Quando a velocidade passa a ser vista como o objetivo último do jornalismo, são esquecidos os valores éticos e deontológicos que devem pautar o exercício da profissão e é posto em causa o valor mais importante que o jornalismo pode oferecer à sociedade: a credibilidade das informações transmitidas (Drok & Hermans, 2016). De facto, a identificação constante do jornalismo com a corrida para ser o primeiro a noticiar algo reduziu o entendimento do público sobre o papel social da atividade profissional (Masurier, 2016). Neste contexto, Romero-Rodríguez et al, (2022) advogam que é necessário recuperar o papel do jornalismo, reavaliá-lo e dar-lhe o devido reconhecimento para que se possa educar o público sobre a sua importância numa sociedade democrática. Celmer (2014) afirma mesmo que a eficiência de uma democracia dependerá do quão bem os cidadãos estejam informados, porque só assim poderão deter um papel que seja determinante para o desenvolvimento do Estado.

Ao promover a visão de que a qualidade e a credibilidade são mais produtivas do que a quantidade e a velocidade com que as matérias informativas são produzidas e disseminadas, colocar-se-ia a tônica na conceção do jornalismo enquanto serviço público. Aliás, Camponez (2018, p. 23) explica que a própria reivindicação da autonomia do jornalismo profissional se fez, do ponto de vista ideológico e normativo, em nome do serviço público, e destaca como os Princípios Internacionais da Ética Profissional no Jornalismo, da Unesco, promovem o entendimento da informação como um bem social e não como uma mercadoria.

Kovach & Rosenstiel (2004, p. 53) também alertam para o facto de que “os profissionais do jornalismo não são como os empregados de outras empresas”, porque têm uma “obrigação social que pode, por vezes, sobrepor-se aos interesses imediatos dos seus empregadores”. Neste sentido, a atividade jornalística não é definida pela tecnologia, nem pela sua capacidade de gerar lucro, mas sim pela função e impacto que as notícias têm na vida dos cidadãos, e esse facto mantém-se válido e atual para todas as gerações de jornalistas. Fornecer informações aos cidadãos sobre os acontecimentos, a sociedade, o mundo e as

instituições que os rodeiam, para que se consigam autogovernar e tomar decisões informadas e conscientes é considerada a principal finalidade do jornalismo. Contudo, já em 2004, os autores sublinhavam que o jornalismo se tem distanciado do seu papel de vigilante dos poderes que, inicialmente, o tornou um baluarte da liberdade.

A influência das dinâmicas capitalistas de mercado fazem com que os órgãos de comunicação concedam prioridade a eventos ou acontecimentos em que tenham uma maior probabilidade de serem os primeiros a dar as notícias, do que a informações que sejam relevantes e pertinentes para o público. A capacidade de gerar lucro e de atrair a atenção das audiências ganha, desta forma, mais peso do que a concepção do jornalismo como serviço público (Drok & Hermans, 2016). Neste ambiente empresarial e competitivo, os cidadãos passam a ser vistos, cada vez mais, como consumidores, e os jornalistas como atores secundários (Figueira, 2015).

Neste contexto de crise, de desvalorização dos jornalistas e de desconsideração pelos cidadãos, torna-se crucial inverter estas tendências e deixar de perspetivar a velocidade como o fim último do jornalismo. Ao mesmo tempo que a velocidade é valorizada e utilizada como um instrumento que atrai as audiências, poder-se-ia argumentar que a disseminação veloz de conteúdos noticiosos é cada vez menos um aspeto diferenciador. Num ecossistema mediático pautado pela velocidade e pela abundância de informações, os órgãos de comunicação que promovem a produção e o consumo desacelerado de matérias informativas podem emergir como aqueles que mais se destacam.

2. O jornalismo lento: desde a emergência às dificuldades de conceptualização

2.1. O movimento *Slow Food* e o jornalismo lento

O movimento *Slow Food* é o principal responsável pelo espoletar de múltiplas subculturas de contestação à velocidade como a norma de produção, disseminação e consumo de produtos, bens e serviços. No caso do jornalismo lento, revela-se pertinente entender os princípios que regem este movimento, sendo que é frequentemente considerado como a sua principal referência. De facto, algumas das características que pautam este tipo de jornalismo são fortemente influenciadas pelo movimento *Slow Food* (Rauch, 2018; Drok & Hermans, 2016; Greenberg, 2012).

O movimento foi criado, em 1986, quando o anúncio — recebido com protestos — de que um restaurante do *franchise* norte-americano, *McDonald's*, ia ser edificado na *Piazza di Spagna*, no coração de Roma. Os cidadãos opunham-se à “americanização” do espaço histórico da cidade e consideravam a edificação um insulto às tradições gastronómicas locais (Romero-Rodríguez et al, 2022). A oposição foi encabeçada, coincidentemente, por um jornalista, Carlo Petrini, que se demonstrou preocupado com os perigos da homogeneização cultural provocada pela cadeia de restaurantes *fast food*, descrita como fornecedora de produtos descartáveis, pouco saudáveis e insustentáveis.

Juntamente com um grupo de ativistas, o jornalista italiano decidiu criar o movimento *Slow Food*, com o objetivo de defender as tradições regionais, o prazer gastronómico e um ritmo de vida desacelerado (Slow Food, 2023). Em 1989, o movimento internacional é oficialmente lançado, em Paris, e o “Manifesto *Slow Food*” é publicado. Os associados escrevem que o século XX se desenvolveu sob o signo da industrialização: as máquinas criadas ao longo do século foram usadas para modelar o estilo de vida contemporâneo, que transformou a velocidade em correntes que limitam o potencial e a autonomia da vida humana (Slow Food, 1989). Ainda assim, a velocidade seria um sintoma e não a origem do problema: Petrini consideraria o movimento como uma resposta crítica à velocidade provocada pelo capitalismo, a industrialização e a globalização.

Neste contexto, o movimento *Slow Food* seria uma alternativa à vida rápida: possibilitaria a redescoberta da riqueza e variedade das formas tradicionais de produtos alimentares e das cozinhas locais, enquanto promovia, em simultâneo, uma melhor qualidade de vida. Durante as décadas seguintes, o movimento cresceria e alargaria o âmbito da sua abordagem de forma a reconhecer as estreitas relações entre os produtos alimentares, a sustentabilidade, os cidadãos, a política e a cultura (Rauch, 2018).

Slow Food tornou-se um movimento que valorizava, não só as tradições locais e o prazer gastronómico, como também os produtores e agricultores locais. Tornou-se consciente do impacto ambiental dos processos de produção e incentivava um consumo a um ritmo adequado, rejeitando, assim, qualquer tipo de “fast”. Os princípios que orientam o movimento interligam práticas alimentares sustentáveis com atores sociais coletivos, tais como comunidades, redes e movimentos. Petrini cunhou o *slogan* “Bom, Limpo, Justo” para encapsular as complexidades do movimento: incentiva as sociedades a desfrutar de comida saudável, que é produzida e distribuída de forma sustentável e que valoriza os respetivos trabalhadores (Rauch, 2018).

O movimento *Slow Food* permite perspetivar a produção, o transporte e o consumo de bens alimentares de forma ética e ecológica, ao invés de valorizar apenas a velocidade, os custos reduzidos e a eficiência. Hoje, o movimento é global e os seus princípios têm servido de inspiração a outros movimentos que contestam a velocidade noutras áreas da vida humana, nomeadamente, a moda, a educação, a medicina e o jornalismo. Também em Portugal o movimento inspirou a criação da organização não governamental *Slow Movement Portugal*, fundada em 2009 (Slow Movement Portugal, 2023).

É na primeira década do século XXI que surgem as primeiras referências aos termos “Slow Journalism” e “Slow Media”, que citam o movimento *Slow Food* como referência. Apesar de os sistemas através dos quais os produtos alimentares são produzidos, distribuídos e consumidos não serem os mesmos, o movimento *Slow Food* vai influenciar as conceções de jornalismo lento, desde o seu surgimento.

2.2. O jornalismo lento: as primeiras referências

Em fevereiro de 2007, Susan Greenberg, então docente universitária de literatura não-ficcional na Universidade de Roehampton, em Inglaterra, publicou um artigo de opinião na revista britânica *Prospect*. O artigo intitulava-se “Slow Journalism” e, para descrever o termo, a professora escrevia sobre um conceito da área do *Marketing*, conhecido como “o fim do meio”. O conceito traduz a ideia de que, nos dias de hoje, é possível ter acesso a bons produtos e serviços por um preço acessível no “fim barato do mercado”, pelo que o meio do mercado vai perdendo cada vez mais pessoas, que passam apenas a estar disponíveis a pagar um preço mais alto se obtiverem algo verdadeiramente luxuoso ou especial (Greenberg, 2007).

Greenberg procede depois à aplicação do conceito ao jornalismo: o público tem acesso a conteúdos noticiosos de forma gratuita ou por preços reduzidos “no fim barato do mercado”, nomeadamente, no ambiente digital. No meio do mercado, localiza-se a imprensa: o setor que está a perder leitores. Por sua vez, no “fim luxuoso do mercado” deveria, por isso, existir um mercado crescente de ensaios, reportagens e outros tipos de escrita não-ficcional que requerem tempo para descobrir novas informações, encontrar histórias que escapam aos outros órgãos de comunicação e que são comunicadas com alta qualidade. Para a académica, este fim luxuoso do mercado seria ocupado pelo jornalismo lento.

O artigo de opinião de Susan Greenberg é considerado o primeiro texto a fazer referência ao conceito de “jornalismo lento” (Pedriza, 2017; Masurier, 2016; Greenberg, 2012), e a autora descreve-o como um tipo de jornalismo que valoriza, de igual forma, a qualidade narrativa dos textos e a descoberta jornalística de factos e novas informações. A colunista identificou o movimento *Slow Food* como a grande influência do jornalismo lento e reconhecia já alguns dos possíveis problemas que este tipo de jornalismo sofreria para sobreviver. Greenberg acreditava que a emergência de um movimento de jornalismo lento só seria possível num ambiente em que a escrita não-ficcional fosse valorizada, e num meio em que existisse financiamento e uma verdadeira determinação para acabar com a dominância da velocidade na cultura noticiosa.

A autora associou o jornalismo lento a um tipo de jornalismo cuja escrita é ensaística ou orientada por princípios narrativos, mostrando-se incomodada pelo facto de a escrita não-

ficcional ser repetidamente desvalorizada em relação à literatura ficcional. Talvez por essas razões, a professora admitiu, desde logo, que o jornalismo lento seria um gosto de uma minoria: sendo um interesse de nicho e estando presente no “fim luxuoso do mercado”, Greenberg parece comprovar a crítica, feita mais tarde, de que o jornalismo lento seria elitista (Pedriza, 2017).

Alguns anos após a publicação do artigo de opinião, a autora reiterou o argumento de que o jornalismo lento é um produto jornalístico de luxo (Greenberg, 2012). A professora reforçou o ponto de que este tipo de jornalismo, enquanto alternativa às formas convencionais de produção jornalística, poderia colmatar um lapso criado pelos órgãos de comunicação *mainstream* ao produzir trabalhos de investigação aprofundados e, conseqüentemente, facilitando a compreensão do mundo: o tempo investido na produção e no consumo deste tipo de trabalhos seria, por isso, maior.

Após esta primeira referência ao “jornalismo lento”, outros artigos e manifestos foram surgindo. Talvez o artigo mais conhecido seja mesmo o “The Slow Media Manifesto”, publicado pelos autores alemães Benedikt Köhler, Sabria David e Jörg Blumtritt, em 2010. Os alemães defendiam que, tal como o movimento *Slow Food*, o movimento *Slow Media* encoraja a escolha cuidada dos “alimentos” e prepara-os de forma consciente e calculada para depois os distribuir (Köhler et al., 2010).

Escrito há mais de uma década, o manifesto continua atual, encapsulando as várias camadas e os principais pontos hoje reconhecidos como características do jornalismo lento. O ponto número doze revela-se o mais interessante: os alemães dão conta de que o movimento *Slow Media* nasce da aceleração verificada em múltiplas áreas da vida humana, que faz com que “ilhas de lentidão deliberada” sejam necessárias para a sobrevivência (Köhler et al, 2010). Ainda assim, advertem que este tipo de produção mediática não ignora ou desvaloriza os desenvolvimentos tecnológicos atingidos, mas faz antes um uso diferente dos mesmos. Os autores escrevem que:

12. Slow Media are progressive not reactionary: Slow Media rely on their technological achievements and the network society’s way of life. It is because of the acceleration of multiple areas of life, that islands of deliberate slowness are made possible and essential for survival. Slow Media are not a contradiction to the speed and simultaneousness of Twitter, Blogs or Social Networks but are an attitude and a way of making use of them. (Köhler et al, 2010)

Afigura-se pertinente destacar também o ponto nove: “Slow Media are distributed via recommendations not advertising” (Köhler et al, 2010). Este princípio viria a comprovar-se, tendo em conta que a maior parte dos projetos de jornalismo lento se assumem como independentes e recusam os anúncios publicitários (Masurier, 2016). Remetendo para as múltiplas camadas do jornalismo lento, os alemães enfatizam também que o movimento *Slow Media* é sustentável, pelo que a exploração de mão-de-obra, os baixos salários e as condições de trabalho precárias não podem resultar em ambientes propícios para a produção mediática ou jornalística de qualidade. Os autores referem-se ainda ao consumo sustentável desses conteúdos e o público assume, de facto, um papel importante no manifesto: não é visto, nem encorajado, a ser um mero consumidor de conteúdos, mas antes um “prosumer” que é crítico e ativo no seu consumo mediático.

Num mundo de entretenimento e de prazer rápido, sobretudo, nas plataformas digitais, as possibilidades de distração são inúmeras. No entanto, no manifesto, o público é encorajado a dedicar-se ao consumo de conteúdos de forma exclusiva, de modo a promover a sua concentração e a compreensão dos textos. A qualidade e a credibilidade dos conteúdos produzidos de modo “lento” é também destacada: este tipo de produção procura ter, no público, um impacto a longo prazo.

Ao longo da última década, o movimento *Slow Media* foi ganhando adeptos e visibilidade. A par da publicação do “The Slow Media Manifesto” pelos autores alemães, vários artigos foram sendo partilhados em múltiplos órgãos de comunicação, desde o *The Wall Street Journal* (Freeman, 2009), ao *The Huffington Post* (Altman, 2010) e *The New Yorker* (Osnos, 2013). Desde então, vários projetos de jornalismo lento foram sendo desenvolvidos. Ainda assim, e apesar do seu crescimento, este tipo de jornalismo ainda não se assume como uma produção jornalística bem conceptualizada.

2.3. O jornalismo lento e as dificuldades de conceptualização

Passaram-se quase duas décadas desde que Susan Greenberg fez a primeira referência conhecida ao termo “jornalismo lento”. No entanto, a literatura académica ainda não oferece uma definição consensual em torno do conceito. Aliás, Corral et al, (2022) demonstram como a variedade das próprias nomenclaturas utilizadas para o descrever são exemplos

ilustrativos das dificuldades de conceptualização que caracterizam este tipo de produção jornalística. Masurier (2015) destaca, no entanto, que este tipo de jornalismo não precisa de obedecer a um conjunto rígido de características para que se possa rotular como “lento”. A autora argumenta que o termo representa antes uma orientação jornalística crítica dos efeitos da velocidade na atividade profissional.

Independentemente da denominação e da falta de consenso em torno das suas especificidades, o jornalismo lento parece ser entendido como aquele que se preocupa mais com a profundidade dos temas do que com o imediatismo dos processos jornalísticos, desde a definição de ângulos até à disseminação e consumo das respetivas matérias informativas. Aliás, no enquadramento do jornalismo lento, o meio digital deixa de ser visto como uma possibilidade de obter e disseminar informações de forma rápida. Ao invés disso, o advento da *web* é visto como uma forma de utilizar diferentes recursos digitais para aprofundar as informações produzidas e, através do número ilimitado de caracteres disponíveis, oferecer mais contexto às histórias (Pedriza, 2017).

O tempo investido na produção e consumo dos trabalhos jornalísticos assume um lugar de destaque na conceção de jornalismo lento. Neste contexto, a contestação da velocidade constitui, na prática, a possibilidade de dedicar o tempo que é necessário para descobrir factos e histórias que, de outra forma, não seriam conhecidos. A produção jornalística enquadrada no jornalismo lento é, muitas vezes, aquela que complementa as informações noticiadas pelos órgãos de comunicação *mainstream*, que parecem não dispor de tempo para investigar os detalhes. Romero-Rodríguez et al, (2022) sublinham mesmo que o jornalismo lento cria uma agenda noticiosa autónoma, diferenciada e distante da atualidade noticiosa, centrando-se, sobretudo, em assuntos, locais e pessoas cuja presença não encontramos, pelo menos, de forma regular, nos *media* convencionais.

Masurier (2016) salienta que a conceção de jornalismo lento foi o resultado de uma reflexão crítica internacional sobre os problemas provocados pela valorização da velocidade na prática jornalística e que, desta forma, a utilização do termo “lento” traduz uma nova forma de pensar e de produzir jornalismo. Vale a pena referir, contudo, que o termo “lento” não traduz, necessariamente, lentidão, ou um mero desacelerar dos processos de produção jornalísticos como um fim em si mesmo. O jornalismo lento assume-se antes como uma

busca pelos ritmos adequados de produção, disseminação e consumo dos trabalhos produzidos (Pedriza, 2017). Neste sentido, o jornalismo lento não pode ser dissociado do ambiente de sobreprodução de conteúdos e de hiper-aceleração do jornalismo, em que a sua qualidade, o seu papel social e a ética e deontologia profissionais estão a ser afetados.

Efetivamente, Mendes & Marinho (2022, pp. 8-9) sublinham que o jornalismo lento emerge como uma resistência à homogeneização da produção jornalística e ao paradigma da instantaneidade, constituindo, assim, uma possibilidade de restaurar a credibilidade jornalística perdida. Através de uma revisão sistémica de literatura científica, as autoras encontraram os termos e definições que são mais vezes associados e utilizados para descrever o jornalismo lento, concluindo que a “criatividade”, a “alta qualidade” e o tempo adequado para a “produção e consumo de informação rigorosa”, surgem como alguns dos termos mais importantes para definir o conceito.

Por outro lado, Pedriza (2017) sustenta que a conceção mais aceite de jornalismo lento o considera como um tipo de jornalismo que promove uma escrita ensaística e de longo formato. De facto, o jornalismo lento revela uma preferência pelos artigos longos, que são com frequência associados à profundidade e consumo lento que caracteriza este tipo de jornalismo. Ainda assim, a autora advoga que o jornalismo lento não se esgota nos longos formatos, pelo que as notícias, crónicas e artigos de opinião podem enquadrar-se neste tipo de produção jornalística. Em relação à escrita, os adeptos do jornalismo lento afiguram-se acérrimos defensores da qualidade narrativa dos textos produzidos. Mendes & Marinho (2022) salientam que a escrita jornalística promovida é orientada por princípios literários e narrativos, distanciando-se do uso da pirâmide invertida.

Além da importância atribuída à qualidade da escrita e ao rigor da informação, o jornalismo lento é também definido por vários autores como aquele que é transparente quanto à proveniência dessa informação, assim como aquele que é honesto em relação às suas despesas e fontes de financiamento (Mendes & Marinho, 2022; Drok & Hermans, 2016; Masurier, 2015). Esta transparência e honestidade podem ser vistas como uma forma de promover a confiança do público, que cada vez mais desconfia da neutralidade da linguagem tradicional jornalística (Greenberg, 2012).

Para além da conexão com a sociedade, a relação com o público assume também particular importância no jornalismo lento, revelando um interesse em promover a cidadania e frisar a importância de refletir sobre as histórias que são contadas (Mendes & Marinho, 2022). Tal como os autores do “The Slow Media Manifesto”, Pedriza (2017) sublinha que o jornalismo lento é aquele que procura produzir efeitos de longo prazo no seu público: o objetivo é tornar os membros do público em cidadãos mais bem informados, escolhendo, por isso, tratar de forma aprofundada assuntos e temas que sejam produtivos e consequentes para as suas vidas.

Neste contexto, é possível concluir que o jornalismo lento não se esgota nos processos “lentos” de pesquisa jornalística ou até mesmo na profundidade concedida aos temas tratados. O jornalismo lento encapsula múltiplas dimensões de todo o processo de produção jornalística, advogando também a desaceleração dos ritmos de consumo, e vivendo orientado por uma filosofia de contestação à velocidade. É um tipo de jornalismo que é complexo, plural e diverso e como forma de traduzir esta complexidade, alguns autores aplicam os conceitos base do movimento *Slow Food* — Bom, Limpo e Justo — a este tipo de jornalismo.

Para Gess (2012), o princípio “Bom” poderia representar, no jornalismo, uma pesquisa jornalística que extrapole a mera aglomeração de factos. O princípio exige, assim, pesquisas aprofundadas que pressupõem oferecer ao público informação útil e relevante, e que contribui para o bem-estar das comunidades. O autor propõe também que este princípio se traduza na qualidade dos trabalhos produzidos: uma boa escrita e a utilização de recursos digitais e multimédia, que sejam acessíveis aos cidadãos. Rauch (2018) fez o mesmo exercício de tradução dos princípios *Slow Food* para o jornalismo e associa, igualmente, o princípio “Bom” à qualidade jornalística dos trabalhos produzidos no âmbito do jornalismo lento. No entanto, a autora adverte para o facto de o rótulo “lento” ser, muitas vezes, apenas utilizado como uma espécie de selo de qualidade, pelo que é necessário o investimento nos outros dois princípios, “Limpo” e “Justo”, para que o jornalismo lento consiga ser verdadeiramente diferenciado dos demais projetos e tipos de jornalismo.

O princípio “Limpo” assume para Gess (2012) e Rauch (2018) pressupostos semelhantes. A produção jornalística limpa é aquela que preconiza a justiça social, a sustentabilidade e a

que promove o bem-estar humano, com uma produção e um consumo de jornalismo que se afasta de quaisquer práticas corruptas ou abusivas. O último princípio, “Justo”, também assume características idênticas para ambos os autores: o jornalismo justo é aquele que respeita os jornalistas através de bons salários e de boas condições laborais, e aquele que respeita o seu público e a sociedade em geral. Rauch (2018) advoga que este princípio é fundamental para responsabilizar não só os jornalistas pelas suas decisões, mas também os proprietários e empresas de comunicação, que nem sempre oferecem as melhores condições ou a valorização devida aos seus profissionais, prejudicando de forma indireta a qualidade dos seus trabalhos e a profundidade que neles podem incutir.

Apesar da transversalidade de algumas das características apontadas em torno da definição de jornalismo lento, diferentes autores concebem este tipo de jornalismo de formas distintas. A literatura académica em torno do conceito demonstra que este jornalismo pode ser entendido como: uma abordagem; um processo; um género; um estilo; entre outras possibilidades. As fronteiras entre estes diferentes entendimentos não são rígidas e algumas das características apontadas para um, encontram-se também nos restantes. Esta sobreposição espelha as dificuldades de conceptualização das diferentes conceções e, apesar das diferenças entre elas, poder-se-ia dizer que todas se complementam.

2.3.1. O jornalismo lento como um género

A conceção do jornalismo lento como um género foca-se, sobretudo, nas características relacionadas com o formato e estilo dos textos produzidos. A preferência pelo longo formato dos artigos é mencionada, desde logo, na primeira referência conhecida do termo “jornalismo lento”. Greenberg (2007) associa-o a longos textos não-ficcionais, tais como os ensaios e grandes reportagens. Apesar de o longo formato não constituir uma obrigatoriedade da produção jornalística “lenta”, é frequentemente considerado aquele que melhor permite tirar proveito das suas características. Esta preferência faz com que os géneros jornalísticos que sejam mais cultivados pelo jornalismo lento sejam, sobretudo, a reportagem, a entrevista e o perfil longo.

A dimensão narrativa dos trabalhos jornalísticos também é enfatizada nesta conceção. Os textos produzidos tendem a orientar-se de acordo com princípios narrativos e as histórias

contadas são constituídas por múltiplas camadas narrativas (Masurier, 2015). A dimensão narrativa parece também penetrar os recursos audiovisuais utilizados: Meijer, 2007 *apud* Drok & Hermans (2016, p. 542) menciona que o jornalismo lento exige que os trabalhos sejam ilustrados por recursos audiovisuais que não só acrescentem algo à história, mas que também possuam uma dimensão narrativa autónoma. Esta dimensão autónoma dos recursos paratextuais é perceptível na defesa de géneros como o fotojornalismo lento (Masurier, 2016), que tenta distanciar-se das rotinas jornalísticas fotográficas que privilegiam a estandardização.

Esta conceção de jornalismo lento pode ser considerada restritiva, ao limitar o tipo de textos produzidos a artigos de longo formato que obedecem a regras específicas, quando, na realidade, o jornalismo lento é visto, primordialmente, como uma contestação à velocidade enquanto norma de produção, disseminação e consumo de matérias informativas. Por essas razões, alguns autores preferem conceber o jornalismo lento para além do foco nos aspetos textuais e nos formatos trabalhados.

2.3.2. O jornalismo lento como um processo

O jornalismo lento como um processo permite, desde logo, que esta produção jornalística não fique refém do longo formato. Pedriza (2017) propõe que o jornalismo lento seja considerado um processo que pode ser aplicado a todos os géneros jornalísticos, independentemente do formato das publicações. A autora sugere que o jornalismo lento seja considerado um conjunto de práticas profissionais que promovem a dedicação do tempo que é necessário para a produção de peças jornalísticas que consigam oferecer ao público informação credível, relevante e de valor acrescido.

A académica justifica a relevância deste tipo de práticas através do clima mediático atual, caracterizado pela “infoxicação”, contudo, estas características revelam, mais uma vez, a dificuldade de conceptualização deste tipo de jornalismo, tendo em conta que o objetivo de qualquer boa prática jornalística é, precisamente, oferecer conteúdos com valor acrescentado através da informação transmitida. Ao contrário do que o termo “jornalismo lento” possa sugerir, os aspetos diferenciadores deste tipo de produção jornalística não se prendem com os ritmos de produção das matérias informativas e, no entanto, parece ser

esse o aspeto a que muitos autores tendem a dar destaque. Acresce que as informações que oferecem um maior valor acrescentado são, tendencialmente, as que demoram mais tempo a tratar e a verificar, pelo que este tipo de práticas não representam novidades para a classe profissional.

Ainda assim, esta conceção do jornalismo lento será, mais do que a conceção deste como um género, mais capaz e eficiente a refletir a riqueza e diversidade deste tipo de produção jornalística. Ao não ficar refém do formato longo, o jornalismo lento pode aplicar-se a qualquer género jornalístico, desde que siga determinados pressupostos e princípios orientadores. Aliás, é possível escrever artigos de pequeno formato, como crónicas e notícias, que contêm um grande nível de profundidade informativo, mesmo que tenham sido produzidas num período de tempo razoavelmente curto.

A relação do jornalismo lento com o meio digital assume para esta conceção uma conexão particular. Pedriza (2017) considera que o jornalismo lento beneficia das inovações tecnológicas, visto que estas possibilitam um maior aprofundamento das informações e uma maior contextualização das histórias. Acresce que o advento do digital permite alcançar uma audiência global, já familiarizada com o uso e consumo de produtos audiovisuais e multimédia.

Neste contexto, o jornalismo lento como um processo afigura-se a uma resposta ao clima de infoxicação vivido nos ambientes digitais, sendo visto como uma ferramenta para combater a desinformação disseminada. Aqui, salienta-se, mais uma vez, a ligação profunda entre o jornalismo lento e o ambiente de hiper-aceleração e de sobreprodução do jornalismo, intensificado pela digitalização.

2.3.3. O jornalismo lento como uma abordagem

O jornalismo lento como abordagem pode ser visto como uma tentativa de fortalecer a função jornalística de interpretação de informação, resistindo à prioridade normalmente concedida à função de disseminação, tendo em conta a importância atribuída à velocidade e ao ser o primeiro a noticiar determinado acontecimento (Drok & Hermans, 2016).

Enquanto abordagem, o jornalismo lento é visto, deste modo, como o tipo de jornalismo que usufrui do tempo adequado para se dedicar à investigação jornalística aprofundada, privilegiando diferentes perspectivas e procurando o contexto e diferentes nuances para os dados e informações encontradas. Neste sentido, o jornalismo lento transcende o binarismo que, muitas vezes, caracteriza a prática jornalística, com a apresentação de uma informação e apenas um dos seus contraditórios, naquilo que se pode entender como uma visão simplista e castradora da diversidade de pontos de vista que podem ser associados a uma informação.

Por conseguinte, o jornalismo enquanto abordagem vai além do estilo e do formato supramencionados, sendo concebido como o jornalismo mais adequado para cobrir assuntos complexos ou que se prolongam no tempo. Gess (2012) menciona que, no seu estado atual de hiper-aceleração e sobreprodução, o jornalismo não se encontra bem equipado para produzir trabalhos em torno das alterações climáticas, visto que o estilo de reportagem tradicional tende a não aprofundar os temas, até porque as histórias vão perdendo o fator de novidade ao longo do tempo. O autor defende, assim, que o jornalismo lento poderia ser uma oportunidade para desenvolver este tipo de trabalhos, que não se centram no dramatismo ou em torno de personalidades.

No mesmo sentido, os contextos de guerra também poderiam beneficiar deste tipo de abordagem, atendendo ao facto de que a complexidade destes conflitos exige profundidade e perspectiva, de forma a transformar, de forma eficiente, as matérias informativas em conhecimento e compreensão (Masurier, 2016). Assim, uma abordagem “lenta” permitiria dar espaço aos jornalistas para não só reportarem o que acontece, mas interpretar e criticar a sociedade que reportam. Esta abordagem permitiria conceder o espaço e tempo necessário para explicar eficientemente as complexidades dessa sociedade, atendendo também à sua pluralidade e diversidade.

Seguindo na linha da transparência e honestidade promovida por este tipo de jornalismo, Masurier (2015) salienta também que a abordagem lenta promove o extrapolar do rigor da informação, tornando também as suas fontes verificáveis e rastreáveis para os seus públicos. Segundo a autora, o jornalismo lento enquanto abordagem revela uma

preocupação particular com as comunidades e histórias locais: implica uma abordagem comunitária e não competitiva.

2.3.4. O jornalismo lento como estilo

O jornalismo lento entendido como um estilo aproxima-se de forma significativa da concepção de jornalismo lento enquanto género, tendo em conta que as características mais destacadas são as relacionadas com a escrita. Assim, o jornalismo lento é aqui entendido como aquele que cultiva um estilo de escrita literário, imersivo e livre: é um jornalismo de profundidade que utiliza diferentes técnicas e recursos para cativar os seus públicos (Corral et al, 2022).

Deste modo, o jornalismo lento como estilo parece emergir como aquele que, através do rigor e frescura que caracteriza os textos, tenta aproximar o público dos acontecimentos e dos órgãos de comunicação e dos jornalistas. Além disso, destaca-se, mais uma vez, que o longo formato é aquele que permite explorar melhor todas as potencialidades deste tipo de jornalismo.

Esta concepção do jornalismo lento é talvez a menos rica e diferenciadora: a escrita narrativa ou literária não apresenta quaisquer novidades para o jornalismo, sobretudo, tendo em conta as correntes jornalísticas já desenvolvidas no passado. Esta definição é reveladora de um entendimento simplista deste tipo de produção jornalística, até porque ignora o contexto histórico em que as matérias jornalísticas são produzidas atualmente, que é um aspeto frequentemente utilizado para justificar a emergência do jornalismo lento como uma corrente jornalística diferente das demais.

2.4. As dificuldades de afirmação

A profundidade, o estilo narrativo ou o longo formato dos artigos, que se assumem como algumas das características básicas do jornalismo lento, não constituem quaisquer novidades para a atividade jornalística. Aliás, múltiplos autores estabelecem semelhanças entre aquilo que é hoje descrito como jornalismo lento e alguns dos movimentos jornalísticos que marcaram os finais do século XIX e o século XX. Rosique-Cedillo & Barranquero-

Carretero (2015) relembram os *muckrakers*, nos Estados Unidos, que, desde finais do século XIX, procuravam expor desigualdades sociais e a corrupção política através de jornalismo de investigação ou de “vigilância”.

Por sua vez, a qualidade narrativa associada à escrita jornalística do jornalismo lento é frequentemente associada à década de 1960, quando jornalistas como Truman Capote, Norman Mailer, Gay Talese e Tom Wolfe contribuíram para a afirmação do *Novo Jornalismo* (Mendes & Marinho, 2022). É importante referir aqui que, mesmo antes destes jornalistas pautarem a caracterização desta corrente jornalística, Rodolfo Walsh, jornalista e escritor argentino, publicou, em 1957, a primeira de três investigações jornalísticas, “Operação massacre”, que marcou o verdadeiro nascimento do *Novo Jornalismo*. Figueira (2019, p. 172) defende que: “só a hegemonia da língua inglesa explica que o fenómeno seja, geralmente, focado na realidade norte-americana, ignorando outras experiências anteriores”. É interessante perceber que também esta corrente jornalística, hoje considerada, de modo geral, uma referência e uma corrente consolidada, também não usufruiu de um processo de afirmação isento de dificuldades de conceptualização. Por sua vez, também a preocupação com o contexto e a interpretação dos temas e problemas abordados, que é preconizada pelo jornalismo lento, remonta à década de 1980, com a emergência do jornalismo explicativo que, em 1984, leva à criação de uma nova categoria dos Prémios Pulitzer (Pedriza, 2017).

Todos estes tipos de jornalismo pressupõem uma velocidade de produção mais lenta do que aquela que caracteriza a produção jornalística diária dos órgãos de comunicação convencionais. Masurier (2015) destaca que se apenas se tiver em conta a temporalidade do consumo e da produção jornalística, e considerarmos o jornalismo lento somente como aquele em que os jornalistas dispõem de tempo para a investigação e escrita de grandes artigos, o jornalismo lento teria existido desde os primórdios da atividade jornalística. Acresce que a credibilidade, a redobrada atenção com a verificação de fontes e factos, e a transparência — princípios e práticas preconizadas pelo jornalismo lento — não deveriam ser vistos como aspetos diferenciadores, mas deviam antes pautar toda a produção jornalística.

A semelhança com outras correntes e movimentos jornalísticos e a aparente ausência de inovações apresentada pelo jornalismo lento é já alvo de reflexão por parte de múltiplos

autores. Em “Slow Media: Why Slow is Satisfying, Sustainable & Smart”, Rauch (2018) demonstra-se preocupada com a possibilidade de o jornalismo lento estar a ser usado como um novo rótulo para descrever velhas práticas. Utilizado como um sinónimo de jornalismo de qualidade, o rótulo de jornalismo lento parece correr o risco de ser uma espécie de *rebranding* para atrair um público disposto a pagar pela qualidade dos trabalhos publicados, e que contrastam com a pouca qualidade dos conteúdos gratuitos disponíveis, sobretudo, no meio digital.

Efetivamente, a literatura académica reconhece que o jornalismo lento não se assume como um tipo de jornalismo completamente novo ou inovador (Mendes & Marinho, 2022). No entanto, Masurier (2016, p. 439) defende que o jornalismo lento é um novo termo para novos tempos, que não se esgota na qualidade, nem na temporalidade da produção jornalística. Pedriza (2017) também recusa a ideia de que o jornalismo lento seja apenas um desenvolvimento de movimentos anteriores, como o *Novo Jornalismo*, sustentando que o contexto histórico e de produção jornalística são diferentes, assim como as potencialidades tecnológicas, os constrangimentos e os desafios. De facto, parecem ser estas as principais características que diferenciam o jornalismo lento de outro tipo de produções.

O contexto de velocidade como norma de produção e consumo de matérias informativas, o advento do digital, a desvalorização e precariedade experienciada pelos jornalistas e o incumprimento de valores éticos e deontológicos da atividade profissional, que afetam a qualidade dos trabalhos produzidos, justificam a emergência do movimento. Este contexto levou profissionais e cidadãos a ponderar sobre a possibilidade de existir outra forma de produzir e consumir conteúdos jornalísticos: o jornalismo lento pressupõe que sim e é este contexto que possibilita a sua emergência enquanto uma prática conscientemente ética (Masurier, 2016).

Para além destas circunstâncias, o jornalismo lento pode representar um regresso aos valores tradicionais da atividade profissional, sem que esteja fechado a inovações. Craig (2016) advoga que defender os valores do jornalismo lento é defender os profissionais que praticam a atividade e as pessoas com quem estes interagem, o que evidencia que este tipo de jornalismo não se encontra refém de aspetos meramente estéticos ou estilísticos, mas que representa antes uma filosofia que tem consideração por todos os intervenientes e por

todas as etapas de produção e disseminação jornalística. Mendes & Marinho (2022) acreditam que o jornalismo lento pretende instituir-se como uma nova forma de ser e fazer jornalismo, ao mesmo tempo que aceita que existem outros tipos de expressão relevantes e necessários.

O jornalismo lento não pretende constituir-se como o futuro do jornalismo ou um substituto do jornalismo “rápido”. Não se trata de impor a “lentidão”, mas antes que esta represente uma alternativa ou complemento do jornalismo produzido pelos órgãos de comunicação convencionais (Masurier, 2015). Neste sentido, a literatura científica revela uma visão não essencialista do jornalismo lento e propõe a coexistência de diferentes formas de ver, fazer e consumir jornalismo. De facto, a vida democrática exige a existência de jornalisimos feitos a diferentes velocidades: o problema surge apenas quando a rapidez se torna o mote de produção e de consumo de todos os conteúdos.

Prazeres (2018) dá conta de que o jornalismo lento não pretende projetar a ideia de que a velocidade nunca é necessária para a prática jornalística, mas contestar que seja essa a norma. A autora argumenta que as contribuições do movimento procuram questionar quando a velocidade é, de facto, um imperativo, e quando é possível fazer um jornalismo orientado por outras temporalidades. Apesar de a velocidade não dever ser uma qualidade em si mesma ou um valor absoluto, por vezes a produção jornalística tem de acompanhar acontecimentos e eventos à medida que vão acontecendo, de forma a capturar os seus significados imediatos e possibilitar essa captação ao público (Craig, 2016).

Se pensarmos na morte de um chefe de Estado ou numa catástrofe natural, seria difícil conceber que essas informações só fossem transmitidas dias, ou até meses, após terem acontecido. Por outro lado, a cobertura de temas como as alterações climáticas (Gess, 2012) ou conflitos armados, exigem outro tipo de acompanhamento jornalístico para que o público possa, de facto, entender a sua complexidade. Consequentemente, os jornalistas têm de ser capazes de se adaptarem às temporalidades que cada tema exige. Neste sentido, Drok & Hermans (2016) argumentam que o jornalismo lento não deve ser visto como um substituto, mas como um corretivo do jornalismo pautado pela velocidade. Os autores acreditam mesmo que as dificuldades de conceptualização do movimento podem

ser compensadas pelo seu potencial de contracultura e de oposição às lógicas capitalistas que orientam a prática jornalística.

Ao dar prioridade, não à função de disseminação, mas às funções de *watchdog*, de interpretação e de mobilização, o jornalismo lento pode ser o jornalismo que possibilita uma cidadania crítica e que promove um envolvimento mais ativo dos cidadãos na sociedade e nas suas comunidades (Corral et al, 2022). Neste contexto, o jornalismo lento emerge como aquele que pode restaurar a credibilidade do jornalismo e reforçar o seu papel social e democrático. De facto, a obsessão com a velocidade faz com que esses papéis sejam frequentemente esquecidos, pelo que o desacelerar iria permitir melhores reflexões críticas e um regresso aos valores e princípios elementares da prática jornalística.

2.5. Co-produção: a relação com o público

No contexto do jornalismo lento, os recursos digitais são utilizados, em simultâneo, para oferecer mais contexto e profundidade aos temas e possibilitar a conexão e interação com o público (Peñafiel-Saiz et al, 2022). A promoção de valores e princípios como a transparência, a honestidade, a credibilidade e a sustentabilidade podem, de facto, ser entendidos como uma tentativa de estabelecer com a audiência uma relação de proximidade e de confiança. Deste modo, os produtores deste tipo de jornalismo olham para as plataformas digitais “enquanto redes de construção de nichos” que possibilitam “comunidades de relacionamento que se reúnem por identificação” (Prazeres, 2018, p. 132).

O jornalismo lento não concebe os conteúdos informativos como mercadorias, nem o público como meros consumidores: a própria conceção de “consumidor” é, muitas vezes, rejeitada devido às suas conotações negativas (Masurier, 2016). Este tipo de jornalismo incentiva a participação do público e pretende que este entenda e reflita sobre os temas dos trabalhos produzidos (Mendes & Marinho, 2022). Neste sentido, não se trata de transmitir, de forma desinteressada, informações para um público passivo, mas antes estimular o debate e promover uma cidadania bem informada e crítica. Acresce que este tipo de jornalismo tem como um dos seus objetivos fazer com que as histórias contadas tenham um efeito a longo prazo, não só pela sua qualidade, mas também pela sua relevância e valor informativo.

Em última instância, poderia argumentar-se que o jornalismo lento suscita no público reflexões sobre a própria prática jornalística. Ao promover um tipo de produção e consumo lento das matérias informativas, levanta questões sobre a periodicidade do jornalismo, a abundância de informação e o modo preferível de consumo dos *media*. Masurier (2016) argumenta mesmo que uma abordagem lenta ao jornalismo promove um consumo crítico e ético, não só dos textos, mas dos próprios processos jornalísticos, incentivando, assim, a aprendizagem de como o jornalismo é financiado e produzido.

Neste sentido, o jornalismo lento emerge como aquele que promove o sentido crítico e a colaboração de proximidade com o seu público, enfatizando a função mobilizadora da atividade jornalística e promovendo aquilo a que os académicos designam por “co-produção” (Rauch, 2018; Drok & Hermans, 2016; Masurier, 2016). Neste tipo de jornalismo, o público assume um papel ativo de co-produtor, e não de consumidor, e interage com o órgão de comunicação: não só através de comentários e das partilhas de trabalhos já publicados, mas também participa com as suas ideias nos processos de *agenda setting* e *framing*, de forma a promover a diversidade de ângulos e perspetivas.

Esta co-produção é ainda mais importante quando temos em conta que o público do jornalismo lento é considerado um público de nicho. Peñafiel-Saiz et al, (2022) dão conta de que a chave para a consolidação de uma audiência pode ser a interação consequente entre esta e o órgão de comunicação. A influência recíproca entre o emissor e recetor — também ele emissor — assume-se, assim, como um fator imperativo para reter a atenção e interesse do público: ao sentir que a sua voz interessa e tem impacto, vai sentir-se mais disposto a acompanhar os trabalhos produzidos e a apoiar o órgão de comunicação.

Os consumidores, ou co-produtores, de jornalismo lento são caracterizados como uma audiência elitista (Pedriza, 2017), que possui qualificações de ensino superior, tem mais de trinta anos de idade e vive, maioritariamente, em centros urbanos (Peñafiel-Saiz et al, 2022). Ainda assim, Drok & Hermans (2016) demonstram que também entre o público mais jovem parece existir interesse neste tipo de jornalismo. Os autores argumentam que para fazer do jornalismo lento uma alternativa viável ao jornalismo “rápido” é necessário ter em conta os desejos do público, nomeadamente, o público mais jovem, cujas vontades parecem indicar a preferência pelo jornalismo produzido a várias velocidades. Numa amostra, selecionada em

2009, nos Países Baixos, de 2642 pessoas com idades compreendidas entre os 15 e os 39 anos, os académicos concluíram que cerca de 30% destas revelavam preferências que se enquadravam na conceção de jornalismo lento.

Vale a pena referir que uma análise destas preferências permite perceber que estas se encontram intimamente ligadas com o papel social da atividade jornalística, reforçando o ponto de que o jornalismo lento pode representar, em parte, a valorização e o regressar aos elementos mais básicos e importantes da produção jornalística. Os jovens revelaram um interesse por histórias com maior nível de profundidade e contexto, pela maior variedade de fontes e perspetivas, e pelo jornalismo mais orientado para soluções, valorizando os papéis jornalísticos de interpretação dos factos e de mobilização do público, mais do que o papel de disseminação de informação.

Apesar de reconhecer as limitações das audiências, Rauch (2018) defende que o futuro do jornalismo lento vai depender muito da disponibilidade do público para suportar os custos de produção. Tendo em conta que os produtores de jornalismo lento rejeitam, por norma, modelos de negócio convencionais, como a publicidade, é provável que a crença de Rauch seja comprovada. Neste sentido, a negligência dos papéis de interpretação e de mobilização do jornalismo pelos órgãos de comunicação *mainstream*, pode fazer com que o público procure projetos jornalísticos que acedam às suas preferências de contextualização, profundidade e diversidade, abrindo espaço para a produção jornalística enquadrada no jornalismo lento.

Afigura-se pertinente referir também a relação do jornalismo lento com as suas fontes de informação. Apesar da valorização do público enquanto co-produtor, a literatura científica parece fazer poucas referências aos entrevistados que oferecem o seu testemunho e perspetivas para estas produções. A ausência deste tipo de reflexão revela-se um lapso grave, tendo em conta a responsabilidade do jornalismo para com as suas fontes e o facto de que, sem elas, não existiria jornalismo. Ainda assim, tendo por base os princípios basilares que orientam este tipo de jornalismo, pode depreender-se que promove uma relação de respeito mútuo com os entrevistados que, através dos seus contributos, também se poderiam caracterizar como co-produtores.

2.6. A independência e a rejeição dos modelos de negócio convencionais

Concebido como uma alternativa ao jornalismo produzido por órgãos de comunicação *mainstream*, os projetos de jornalismo lento tendem também a ser edificados com modelos de negócio alternativos. Após o fracasso do modelo convencional, o jornalismo lento é percebido como aquele que pode encontrar um modelo de negócio fiável para os projetos jornalísticos e, em simultâneo, assegurar a sua independência e autonomia editorial (Mendes & Marinho, 2022).

Ainda que existam exceções, o modelo de negócio capitalista dominante dos *media* noticiosos já comprovou não favorecer a valorização dos jornalistas, nem promover a qualidade dos seus trabalhos: através da valorização da velocidade em detrimento da qualidade e da verificação de factos, do incentivo à produtividade sem a retribuição com melhores condições de trabalho ou um maior reconhecimento, e da transformação dos jornalistas em meros disseminadores de informações ao invés de profissionais que contribuem para a interpretação do mundo e das sociedades, o modelo de negócio dominante desconsidera a importância do papel desempenhado pela atividade jornalística e pelos seus profissionais numa sociedade democrática. Atendendo ao facto de que o respeito pela classe profissional é considerada uma das características basilares do jornalismo lento, seria incoerente que estes projetos adotassem modelos de financiamento semelhantes aos adotados pelos *media* tradicionais.

Ao analisar os modelos de negócio dos projetos de jornalismo lento, não existe um modelo único que sobressaia, mas há neles um traço aparentemente transversal: estes órgãos de comunicação tendem a ser independentes, afastando-se, assim, de grandes grupos mediáticos e económicos (Pedriza, 2017). Os projetos recorrem frequentemente a campanhas de *crowdfunding*, promovem candidaturas a bolsas de investigação, utilizam sistemas de subscrições e, tendencialmente, recusam fazer publicidade, com o objetivo de promover a sua autonomia, evitar conflitos de interesse e não prejudicar a relação com o seu público. Desta forma, a distribuição dos trabalhos é feita, sobretudo, de forma orgânica (Prazeres, 2018; Köhler et al, 2010).

Pode concluir-se que o jornalismo lento confia e depende, sobretudo, do apoio do seu público para financiar os seus trabalhos de investigação e assegurar a sua sobrevivência. Este modelo de negócio parece ter em conta a relação de respeito mútuo entre os jornalistas e os “co-produtores”, que é promovida por estes projetos. Esta é também uma forma de fomentar a responsabilidade dos jornalistas, dado que o apoio do público dependerá, em parte, da qualidade e credibilidade dos trabalhos apresentados.

Peñafiel-Saiz et al, (2022) salientam que um dos maiores desafios destes órgãos de comunicação será, precisamente, consolidar o apoio de uma audiência a longo prazo, tarefa dificultada pelos tempos atuais de consumismo imprevisível. Os órgãos de comunicação que conseguirem superar este desafio podem ser vistos como possíveis casos de estudo para debater e analisar a adesão a este tipo de jornalismo e a disponibilidade do público para o financiar, assim como para avaliar a viabilidade destes modelos de negócio alternativos (Mendes & Marinho, 2022). Talvez sejam os desafios relacionados com a obtenção de financiamento que fazem com que estes projetos optem, muitas das vezes, por redações pequenas, ainda que, tendencialmente, trabalhem com uma rede extensa de colaboradores (Corral et al, 2022).

3. Jornalismo lento: algumas experiências

3.1. Experiências internacionais

Num ecossistema mediático pautado pela velocidade, são múltiplos os projetos jornalísticos que tentam destacar-se através da desaceleração dos seus ritmos de produção e das possibilidades de consumo “lento” que possibilitam aos seus públicos. No entanto, uma análise dos órgãos de comunicação que se enquadram na conceção de jornalismo lento, possibilita o entendimento de que são poucos os que se assumem inequivocamente como produtores deste tipo de jornalismo.

No estudo que desenvolveram sobre o perfil das audiências digitais de jornalismo lento na Argentina, Colômbia e no México, Peñafiel-Saiz et al, (2022) selecionaram cinco órgãos de comunicação que produzem narrativas digitais, em espanhol, para proceder à sua análise. É interessante perceber que dois destes órgãos foram fundados antes de Susan Greenberg ter sequer feito a primeira referência conhecida ao jornalismo lento (Greenberg, 2007), pelo que os projetos não foram possivelmente espoletados pela identificação ou adesão a este tipo de produção jornalística: as autoras analisaram os públicos da revista *Gatopardo*, fundada em 2000, na Colômbia, e que atualmente tem a sua sede no México, e da revista mexicana *Letras libres*, criada em 1999.

Os métodos utilizados para proceder à escolha dos órgãos de comunicação que iriam ser analisados traduzem uma visão um pouco redutora da conceção de jornalismo lento, que é, por sua vez, reveladora das suas dificuldades de conceptualização e de afirmação. As autoras mencionam que pesquisaram os projetos jornalísticos existentes no espaço latino-americano e identificaram as 30 revistas que eram mais vezes associadas ao jornalismo lento. Entre estas, escolheram dez órgãos de comunicação, atendendo: à presença de contexto nos textos publicados, à presença de textos narrativos, à pluralidade de géneros utilizados na publicação, à qualidade do *web design* e ao grau de influência da publicação nos países de origem (Peñafiel-Saiz et al, 2022, p. 4). Na descrição do estudo de caso, as autoras associam também o termo ao tipo de jornalismo que explora a dimensão narrativa dos textos, que usa técnicas literárias, que possui um estilo criativo, que utiliza o longo formato e que tem boa qualidade (Peñafiel-Saiz et al, 2022, p. 6).

Este tipo de critérios de seleção deixam de fora todas as dimensões do jornalismo lento que não se referem somente ao estilo de escrita e aos processos de produção jornalística. A concepção do jornalismo produzido como um contraponto ou um complemento do jornalismo de órgãos de comunicação convencionais, a relação dos órgãos de comunicação com os seus públicos, a possibilidade de um consumo “lento” das matérias informativas ou a valorização profissional dos jornalistas são algumas das características do jornalismo lento que ficam de fora neste tipo de análise. No entanto, é este tipo de características que oferece a esta concepção de jornalismo a possibilidade de se afirmar como um movimento autônomo e diferenciado dos demais. Confirma-se, assim, que existe ainda uma visão simplista em torno deste tipo de produção, com a sua assimilação a textos de boa qualidade que cumprem uma série de características estilísticas e requisitos formais que, frequentemente, deixam de fora artigos de pequeno formato que poderiam ser enquadrados neste tipo de jornalismo.

Ainda que se orientem pelos mesmos princípios e se identifiquem com algumas das mesmas características que regem este tipo de produção jornalística, uma parte significativa dos órgãos de comunicação não utiliza o termo “jornalismo lento” para descrever os seus trabalhos, nem a identidade dos seus projetos. Aliás, órgãos de comunicação como o *The New Yorker*, com o seu *Reporter at large*, o *ProPublica*, com o seu jornalismo de investigação, ou a revista *The Atavist*, que se especializa em narrativas de longo formato, publicadas uma vez por mês, são identificados como órgãos produtores de jornalismo lento (Pedriza, 2017), sem o termo ter sido alguma vez mencionado pelos próprios para descreverem o seu trabalho.

Revela-se pertinente refletir sobre esta questão que, em última instância, é também reveladora das dificuldades de afirmação sentidas pelo jornalismo lento. É importante pensar sobre a razão pela qual estes órgãos de comunicação escolhem, de forma consciente ou inconsciente, não se definir através do alinhamento com este tipo de produção jornalística. Não se tratará de uma questão de falta de identificação, visto que a maioria dos princípios que orientam as práticas e os processos jornalísticos destes órgãos são os mesmos que guiam o jornalismo lento.

Nesse sentido, veja-se o caso do *Long Play Media*, na Finlândia, que se descreve como uma publicação que produz artigos de longo formato com grande qualidade, cuja filosofia se baseia no ideia de que as questões mais importantes na vida, raramente têm respostas simples (Long Play Media, 2023). A publicação, fundada em 2013, menciona mesmo que temas como as alterações climáticas (Gess, 2012), o racismo ou o terrorismo, exigem que os jornalistas dediquem uma grande quantidade de tempo a trabalhar nas suas histórias. Além disso, a publicação destaca a sua independência e a sua recusa de publicidade e de conteúdo patrocinado. Em nenhum momento o termo “jornalismo lento” é mencionado na descrição da publicação e, no entanto, esta parece alinhar-se com alguns dos principais elementos que caracterizam este tipo de jornalismo.

É possível argumentar que as dificuldades de conceptualização em torno do conceito podem dissuadir os órgãos de comunicação de se associarem ou utilizarem o termo como rótulo. Nesse sentido, também as dificuldades de afirmação podem contribuir para o distanciamento desta nomenclatura. Por outro lado, talvez estes órgãos de comunicação não sintam a necessidade de se identificarem como “lentos”, porque acreditam que as suas audiências entendem que esse seja o caso, nomeadamente, através da profundidade que concedem aos temas e da interpretação que fazem de problemas complexos que, por si só, já pressupõem um ritmo de produção mais lento do que aquele que pauta os órgãos de comunicação convencionais.

Ainda que não usasse o termo “jornalismo lento” para se descrever, o órgão de comunicação holandês, *The Correspondent*, fundado em 2013, afigura-se um dos órgãos mais representativos da essência deste tipo de jornalismo. O projeto jornalístico digital contava com uma rede internacional de colaboradores — os correspondentes — e cada membro possuía a sua área de especialização. A publicação, que cessou o seu trabalho em 2021, apresenta, no seu *site*, os dez princípios que orientavam a sua produção jornalística: consideravam-se um “antídoto” para a agenda mediática que pauta o quotidiano; não aceitavam publicidade, nem conteúdo patrocinado, destacando que a total independência editorial era absolutamente imperativa e não negociável; recusavam a reprodução de estereótipos ou de preconceitos; propunham-se a fazer a cobertura, não só do problema, mas de possíveis soluções, através daquilo a que designavam de “jornalismo construtivo”; destacavam a colaboração com os membros do público que apoiavam a publicação;

comprometiam-se a ser honestos quanto à proveniência da informação e recusavam a noção de objetividade; defendiam a proteção da privacidade do público, através de uma recolha minimizada dos seus dados pessoais; defendiam a inclusão; colocavam o jornalismo antes de qualquer ganho financeiro; e acreditavam na transparência (The Correspondent, 2023).

Vale a pena destacar aqui alguns destes princípios, nomeadamente, o primeiro, que revela que o órgão de comunicação procurava pôr em prática uma agenda mediática autónoma que complementasse ou tentasse contrapor a velocidade e os temas que pautam os órgãos de comunicação *mainstream* (Romero-Rodríguez et al, 2022). A equipa escrevia que:

News mostly is about what happens today, but rarely about what happens every day. It covers the most sensational exceptions, leaving you uninformed about the rules. The Correspondent wants to redefine what news is about, shifting the focus from the sensational to the foundational. Our correspondents cover the most important developments and underlying forces that shape our world, rather than speculating about the latest hype or scare. Put another way: we don't cover the weather, we cover the climate, informing you about how the world really works. (The Correspondent, 2023)

Através deste princípio, é palpável a preocupação da redação com a profundidade concedida aos temas, através da recusa da superficialidade e do sensacionalismo, convicção que se encontra presente, de resto, no princípio sobre a noção do “jornalismo construtivo”: uma conceção do trabalho jornalístico que não pretende apenas dar conta dos problemas que afetam o mundo, mas tentar que o trabalho tenha impacto na respetiva procura de soluções. Poder-se-ia destacar que estes princípios pressupõem também a intenção de que os trabalhos produzidos reproduzam um impacto a longo prazo no público do órgão de comunicação (Pedriza, 2017).

Apesar de o conceito de “co-produção” não constar nos princípios enumerados pelo órgão de comunicação, é também possível identificar a importância atribuída à proximidade e colaboração com o público (Rauch, 2018; Drok & Hermans, 2016; Masurier, 2016). Os membros da audiência não são percecionados como meros consumidores: a publicação reconhece que a inteligência do público, como coletivo, extravasa os limites do conhecimento detido pela redação. *The Correspondent* escreve, no princípio cinco:

Collectively, our readers know way more than we do about most of the stories we cover. That's why The Correspondent does not simply broadcast information.

When we cover something you know a lot about, we invite you to contribute your expertise and share your experience. That's part of being a member. Correspondents share their story ideas and research questions from the start, inviting feedback from members to make our journalism better. We don't see you as a mere news consumer, but as a knowledgeable contributor of expertise. (The Correspondent, 2023)

De resto, o respeito pelo público e a valorização de uma relação baseada na honestidade e respeito mútuo encontram-se presentes noutros princípios, nomeadamente, no sétimo, relativo à recolha minimizada de dados, e nos princípios baseados na transparência, seja em relação às fontes de informação, à “objetividade” jornalística ou aos meios de financiamento (Mendes & Marinho, 2022; Drok & Hermans, 2016; Masurier, 2015). Neste sentido, o ponto seis é particularmente interessante:

At The Correspondent, we don't think journalists should pretend to be 'neutral' or 'unbiased'. Instead, our correspondents level with you about where they're coming from, in the belief that transparency about point-of-view is better than claiming to have none. We are not on anyone's team. We're not the voice of a party. And we believe facts matter. But we also know facts need interpretation to have meaning. That's why we are open about the worldview and moral convictions that inform our storytelling, and we will change our minds if the facts tell us to. (The Correspondent, 2023)

Ao distanciar-se do conceito de “objetividade” e aceitando que também os jornalistas têm “bagagens” intelectuais e emocionais, a transparência do órgão de comunicação é promovida e enfatizada. Greenberg (2012) menciona que a neutralidade da linguagem tradicional jornalística é cada vez mais contestada e, neste sentido, esta transparência e honestidade podem fomentar o interesse do público pelos trabalhos produzidos: ainda que possam discordar do ângulo de abordagem de um tema ou da perspetiva do jornalista sobre este, pelo menos, o público saberá destes posicionamentos e poderá avaliar e interpretar os trabalhos com esta consciência.

Acresce que, para o *The Correspondent*, o público revelava-se, de facto, a principal prioridade: no princípio nove, a equipa enfatizava que, durante mais de um século, o modelo de negócio dominante na indústria dos *media* tem sido a venda da atenção das audiências a patrocinadores. No entanto, o órgão de comunicação sublinhava que o seu principal objetivo não era a maximização de lucro. Comprometido com este princípio, a redação escrevia: “we do not maximize shareholder return, limiting dividends to 5 percent of revenue” (The Correspondent, 2023).

No último princípio, o órgão de comunicação destaca ainda que não se concebe como a “resolução” para os problemas que afetam a atividade jornalística e reconhece que não existe uma forma única de resolver esses problemas. Esta percepção parece associar-se à visão não essencialista que o jornalismo lento tem de si próprio (Mendes & Marinho, 2022): não se trata de substituir o jornalismo “rápido”, nem de promover a “lentidão” como a norma de produção e de consumo jornalístico, mas de levar a cabo boas práticas que resultem em trabalhos consequentes e relevantes para os cidadãos.

No dia 1 de janeiro de 2021, *The Correspondent* cessou a sua atividade como órgão de comunicação. Os fundadores davam conta de que o número de contribuições tinha baixado significativamente nos três meses anteriores, sobretudo, devido à crescente instabilidade financeira experienciada pelos seus membros. Os fundadores reconheciam que com a pandemia de Covid-19 a dominar a agenda mediática se tornou mais difícil oferecer “unbreaking news” e devido à diminuição das contribuições, tornou-se insustentável continuar com o projeto.

Este caso é interessante para refletir sobre a responsabilidade do público para com este tipo de publicações, que sobrevivem ao provar o seu valor e qualidade às suas audiências. Ainda assim, e tendo em conta que os públicos deste tipo de jornalismo representam uma minoria dos consumidores mediáticos (Pedriza, 2017), a qualidade das produções não se revela suficiente em tempos de crise. Dependendo totalmente das contribuições do público para sustentar os custos de produção significa que os projetos são completamente vulneráveis a quaisquer momentos de maior instabilidade, que colocam em causa todo o trabalho desenvolvido e a sua própria sobrevivência. Neste contexto, seria benéfico que os modelos alternativos de negócio destes projetos contemplassem também outras possibilidades de financiamento que não significassem comprometer a integridade jornalística e a independência editorial.

Afigura-se incontornável mencionar também a revista britânica *Delayed Gratification*, que se descreve como a primeira revista de jornalismo lento no mundo, e “orgulhosa” de ser a “última a dar as notícias”, desde a sua fundação, em 2011 (Delayed Gratification, 2023). Para além da revista em papel, que tem uma periodicidade quadrimestral, a publicação tem também a respetiva versão digital. O órgão de comunicação “revisita” os três meses que

antecedem cada publicação, com o objetivo de oferecer jornalismo de profundidade num mundo “crescentemente frenético” (Delayed Gratification, 2023).

A publicação adota o princípio de que as informações mais relevantes surgem, por vezes, dias, ou meses, após os acontecimentos sucederem, dado o tempo e espaço que estes têm para se desenvolverem, que se traduz em mais tempo para os jornalistas interpretarem e aprofundarem as informações (Masurier, 2015). Efetivamente, a revista argumenta, no seu *site*, que espera três meses até investigar os temas que possam marcar “hoje” a agenda mediática, de forma a oferecer aos leitores uma análise aprofundada dos acontecimentos, ao invés de uma mera reação rápida e superficial conseguida no próprio dia. A publicação sublinha que valoriza estar certo mais do que ser o primeiro:

Like the other Slow movements such as Slow Food and Slow Travel, we take time to do things properly. Instead of desperately trying to beat social media to breaking news stories, we focus on the values we all expect from quality journalism – accuracy, depth, context, analysis and expert opinion. (Delayed Gratification, 2023)

Neste contexto, a revista considera que o jornalismo lento é um antídoto para o “churnalismo” que pauta as notícias produzidas pelos órgãos de comunicação convencionais. A publicação critica a forma como estes órgãos “bombardeiam” o público com uma história durante dias, mas quando a agenda avança para a próxima, deixa as audiências insatisfeitas, visto que nunca oferece um “fim” ou um fecho para as informações noticiadas: *Delayed Gratification* opõe-se a esta lógica. A revista reitera que, ao regressar aos temas três meses depois de estes terem “acontecido”, oferece aos seus leitores informações acerca dos seus efeitos e do seu impacto a médio e longo prazo.

Os elementos estilísticos e formais que caracterizam as produções de jornalismo lento também se encontram presentes na revista britânica. Para além da profundidade, a publicação investe em artigos de longo formato, acompanhados de fotografias, ilustrações e infográficos que tentam fazer uso de todos os recursos disponíveis para aprofundar e dar novos ângulos às histórias contadas. Além disso, o órgão de comunicação não aceita anúncios publicitários e é financiado pelos subscritores da revista em papel e/ou digital.

Apesar de estas publicações sublinharem, frequentemente, aquilo que as separa dos órgãos de comunicação convencionais, é pertinente mencionar que também estes podem produzir peças jornalísticas “lentas” (Craig, 2016). Aliás, alguns órgãos de comunicação *mainstream*

produzem jornalismo a diferentes velocidades: veja-se o caso do *The Guardian*, com a sua secção *The Long Read*, na qual se encontram ensaios, perfis e peças jornalísticas com profundidade.

3.2. Experiências nacionais

Na última década, Portugal tem testemunhado o crescimento de projetos que se enquadram na conceção de jornalismo lento: destacam-se aqui duas publicações. Tal como nos casos internacionais, a maior parte destes órgãos de comunicação não utiliza o termo para se descrever, no entanto, orientam-se por alguns dos mesmos princípios e adotam as mesmas práticas.

Fundada em 2014, a *Divergente* é uma revista digital de jornalismo narrativo. A publicação não tem fins lucrativos, nem aceita publicidade, encarando o jornalismo como “uma ferramenta de escrutínio das estruturas de poder, capaz de contribuir para uma cidadania mais ativa” (Divergente, 2023). Para além do carácter narrativo, que caracteriza muitos outros projetos de jornalismo lento, a defesa e reivindicação de um jornalismo “mais aprofundado, contextualizado e debatido” esteve na origem da fundação da plataforma, como a equipa explica no *site*.

À semelhança de muitos dos projetos que se enquadram neste tipo de jornalismo, o órgão de comunicação conta com uma redação pequena, à data, composta por quatro jornalistas. A equipa defende “dar espaço às histórias” e “revelar os silêncios”, retratando “temas de interesse público que tendem a ser sub-representados nos média” e desejando “dar eco a vozes que não costumam ser ouvidas” (Divergente, 2023). Para além das contribuições dos seus leitores, a *Divergente* é parcialmente financiada por fundos de apoio a projetos de jornalismo, bolsas de investigação jornalística, Organizações Não Governamentais e parcerias com universidades.

A transparência assume um lugar de destaque no órgão de comunicação: “defendemos que a total transparência dos média é fundamental para restaurar a confiança no jornalismo” (Divergente, 2023). Esta valorização da honestidade transparece também no facto de a

redação dar a conhecer alguns dos seus processos de trabalho e a forma como constrói as suas reportagens:

Começamos por ouvir e ir ao encontro de quem está no centro dos assuntos que abordamos. Só depois mapeamos outras fontes e traçamos um rumo mais detalhado para a investigação. Queremos trazer um maior equilíbrio às vozes ouvidas nos média e reduzir a distância entre o trabalho do jornalista e as pessoas retratadas. (Divergente, 2023)

A publicação não possui uma periodicidade rígida, reivindicando o “tempo para pensar” e a valorização do “rigor em detrimento da rapidez” (Divergente, 2023). O órgão de comunicação diz contrariar a lógica imediatista das redações tradicionais e chega mesmo a admitir a adoção de um “ritmo lento”. Talvez o trabalho com mais repercussão até hoje publicado tenha sido a reportagem multimédia “Por ti, Portugal, eu juro!”. A reportagem conta a história dos Comandos Africanos da Guiné, tropa de elite do Exército criada durante a Guerra Colonial: o trabalho foi o resultado de uma investigação que decorreu entre os anos de 2016 e 2021.

Poder-se-ia destacar o facto de que, apesar de valorizar e depender, em parte, das contribuições dos seus leitores para garantir a sua sobrevivência, o público não aparenta ser visto como um “co-produtor” dos conteúdos jornalísticos publicados. A publicação menciona querer reduzir a distância entre o trabalho do jornalista e as fontes entrevistadas, mas não refere a distância entre os jornalistas e as suas audiências. Ainda assim, o órgão de comunicação revela-se investido na produção de trabalhos que sejam relevantes e consequentes para os seus públicos e para a vida democrática.

Em 2016, o *podcast* de jornalismo de investigação, *Fumaça*, foi fundado. O órgão de comunicação publica, principalmente, trabalhos narrativos em áudio, não tem fins lucrativos, e define-se como independente, sendo financiado por contribuições individuais recorrentes e bolsas de jornalismo atribuídas por fundações e associações. À semelhança da *Divergente*, o projeto jornalístico assume uma agenda mediática diferenciada dos órgãos de comunicação convencionais, defendendo a necessidade de ir além da “agenda mediática vigente, de criar alternativas às estruturas jornalísticas tradicionais no financiamento, práticas editoriais e laborais, e modelos de organização” (Fumaça, 2023).

Apesar de não assumir um ritmo “lento” de produção, a redação salienta que acredita no jornalismo feito com ética, deontologia e com “tempo para pensar” (Fumaça, 2023). Tal

como *The Correspondent*, o *Fumaça* adota uma política de “Transparência Radical”, revelando os contratos que celebra, o número e o valor das suas contribuições mensais e a forma como investe o seu financiamento. Além disso, a publicação rejeita a noção de objetividade, escrevendo que:

Cada jornalista tem as suas experiências de vida, ideias sobre a sociedade, ideologias e preconceitos. A transparência na produção jornalística é a resposta à impossibilidade da imparcialidade. Jornalistas da nossa redação dizem ao que vêm, expondo as suas falhas, fragilidades e conflitos de interesses. (Fumaça, 2023)

Por sua vez, a relação com o público é salientada, desde logo, no Estatuto Editorial do órgão de comunicação. A redação escreve que se encontra comprometida com a auscultação do seu público e dá espaço à “discussão participada pela comunidade na construção do seu jornalismo” (Fumaça, 2023). Acresce que a valorização do trabalho do jornalista também é um dos princípios que se encontra patente no Estatuto Editorial, que é recompensado com “um pagamento justo e condições dignas” (Fumaça, 2023).

Poder-se-iam salientar aqui outras publicações, associadas com regularidade à conceção de jornalismo lento, nomeadamente: a publicação *Shifter*, um projeto de jornalismo, fundado em 2013, que “reivindica tempo para pensar e refletir sobre a contemporaneidade” (Shifter, 2023); o *Setenta e Quatro*, um projeto de informação digital que se pauta pelo “jornalismo rigoroso e ético que apura, interpreta, correlaciona e analisa factos” (Setenta e Quatro, 2023); ou o *Mapa*, um jornal trimestral de informação crítica, fundado em 2013. Ainda que sejam frequentemente identificados como produtores de jornalismo lento, nenhum destes projetos reivindica o termo.

4. O Gerador

O *Gerador* é uma plataforma portuguesa independente de jornalismo, cultura e educação. É constituída legalmente como Associação Cultural Gerador, uma associação sem fins lucrativos sediada no Largo das Conchas, no Lumiar, em Lisboa. Tiago Sigorelho assume a presidência desde a sua fundação, em 2014, e Miguel Bica a vice-presidência.

Ainda que intimamente próximas e interligadas, as três áreas que compõem a plataforma — o jornalismo, a cultura e a educação — materializam-se em equipas diferentes que realizam iniciativas e projetos distintos. A equipa Editorial, dirigida por Tiago Sigorelho, desde janeiro de 2023, encarrega-se da área do jornalismo. As peças jornalísticas produzidas e publicadas todos os dias na plataforma, assim como os conteúdos jornalísticos que integram a *Revista Gerador*, publicada quadrimestralmente, são da responsabilidade da equipa Editorial.

A *Academia Gerador*, encabeçada por Clara Amante, responsabiliza-se pela área da educação e investigação: dinamiza múltiplos cursos e *workshops*, e promove a escrita de ensaios académicos. Por sua vez, a equipa de Produção é liderada pelo vice-presidente da plataforma, Miguel Bica. Para além de produzir e promover múltiplas iniciativas, esta equipa auxilia as restantes, nomeadamente a Editorial, nas tarefas de produção. Já a direção da equipa das Parcerias é assumida por André Cruz e a diretora da equipa de Comunicação é Margarida Marques. Por fim, Priscilla Ballarin é a responsável pelo Design e Ana Salgado pela Revisão.

Fundado por Pedro Saavedra, Tiago Sigorelho e Miguel Bica, em 2014, o projeto definia-se inicialmente como uma plataforma de ação e comunicação para a cultura portuguesa. Numa entrevista à plataforma *Briefing*, em dezembro de 2013, os fundadores explicavam que o principal objetivo do projeto seria revolucionar a forma como se olha, apoia e divulga a cultura, em Portugal (Briefing, 2013). Através de uma articulação entre marcas e produtores de cultura, os três fundadores acreditavam que seria possível tornar a cultura portuguesa mais forte e fazer com que o setor cultural ganhasse uma maior visibilidade.

Em entrevista à plataforma *Magazine da Cidade*, em 2014, Miguel Bica esclarecia as três principais intenções do projeto: a descentralização, a descodificação da cultura e a promoção da acessibilidade (Magazine da Cidade, 2014). A equipa queria promover um projeto de âmbito nacional que viabilizasse a realização de múltiplas iniciativas em vários

pontos do país. O co-fundador explicava que o projeto pretendia facilitar o acesso do público à cultura através da descodificação de ideias e que a equipa ambicionava que qualquer pessoa residente em Portugal pudesse ter acesso às atividades desenvolvidas no âmbito do projeto.

Desde a sua fundação, o *Gerador* tem desenvolvido iniciativas com o objetivo de promover os principais motores culturais portugueses e de criar ferramentas que apoiam os artistas e agentes culturais sediados em Portugal. Ainda que a cultura continue a ser central para as atividades desenvolvidas e para a identidade do projeto, os pilares da educação e do jornalismo, desenvolvidos ao longo dos anos, desempenham hoje um papel de igual importância e destaque. No *site* do *Gerador*, pode ler-se que:

Todos os dias nos questionamos sobre como podemos levar a informação, a cultura e a educação a todos, alargando públicos e quebrando barreiras de todas as naturezas. Acreditamos que estas três dimensões são um ativo fundamental de um país e um fator essencial para uma cidadania completa. (Gerador, 2023)

Tendo em conta a natureza do *Gerador*, enquanto associação cultural sem fins lucrativos, que engloba, em simultâneo, os campos do jornalismo, da cultura e da educação, afigura-se pertinente apresentar as diferentes áreas de forma mais aprofundada, assim como as dinâmicas e os trabalhos desenvolvidos por cada uma delas.

4.1. A cultura no *Gerador*

Inicialmente criada como uma plataforma de ação e comunicação para a cultura portuguesa, a cultura assume-se como uma área intrínseca da identidade do *Gerador*. Tanto o jornalismo produzido para os meios de comunicação do projeto, bem como alguns dos cursos e *workshops* dinamizados pela Academia Gerador, se encontram permeados pela cultura. Na plataforma, a cultura é entendida “de forma ampla” e como uma “expressão da atividade humana”: no *site*, a equipa explica que cria, organiza e produz iniciativas culturais, com o objetivo de contribuir para uma sociedade livre e progressista (Gerador, 2023).

Entre as iniciativas e projetos desenvolvidos, a plataforma destaca, no seu *site*: o *Festival Oeiras Ignição Gerador*, onde é discutido o destino da cultura e da criatividade; o *Festival Descobre o teu Interior*, focado nas localidades portuguesas de baixa densidade

populacional; o *Festival Cidades Resilientes*, onde a plataforma convida a refletir sobre o futuro das cidades; o *Trampolim Gerador*, a iniciativa mais antiga da plataforma, em que a equipa tem como objetivo aproximar o público da prática cultural; o *Insties Gerador*, onde a associação premeia quem mais se destaca no *Instagram*, em Portugal, através de publicações artísticas em diferentes áreas criativas; e o *EP Colab*, onde são estabelecidas articulações entre artistas e entidades culturais espanholas e portuguesas.

4.2. A educação no *Gerador*

A Academia Gerador agrega os projetos de investigação académica e de educação da plataforma. Para além da dimensão formativa, fomenta o desenvolvimento de estudos e ensaios dedicados a temas relacionados com a linha editorial do projeto, tais como: a situação da cultura, da juventude, do jornalismo ou do interior do país.

A Academia Gerador está dividida em três áreas fundamentais: o ensino, a investigação e a sustentabilidade. Na área do ensino, o projeto oferece diferentes dimensões formativas originais: cursos de 15 horas, cursos de 25 horas e *workshops*, que são lecionados por profissionais convidados. Seguindo a identidade do *Gerador* e os principais temas trabalhados pela plataforma, as formações focam-se em torno das áreas da cultura, sustentabilidade, juventude, cidadania e gestão criativa.

Por sua vez, na área da investigação, a Academia dedica-se à produção de conhecimento e ao estudo da sociedade, sendo que todos os anos são desenvolvidos estudos e ensaios dedicados aos temas que orientam também a área do ensino. Desde 2019, o *Gerador* lança, em conjunto com a consultora *Qmetrics*, o estudo anual *Barómetro Gerador*, onde é analisada a perceção dos portugueses sobre a cultura, em Portugal. Desde 2022, a plataforma tem também lançado o *Livro Aberto sobre o Interior*, publicação anual que integra reflexões sobre o interior do país.

Na área da sustentabilidade, a plataforma dá destaque ao projeto *Sobressalto*, feito em conjunto com a *ZERO - Associação Sistema Terrestre Sustentável*. Criado em 2021, o projeto procura fomentar a reflexão sobre o papel da cultura na luta contra as alterações climáticas.

4.3. O jornalismo no *Gerador*

A atividade jornalística do *Gerador* está concentrada em dois meios de comunicação: a sua plataforma digital e a *Revista Gerador*, de edição limitada e numerada. Enquanto que a *Revista Gerador* é uma publicação paga, não existem *paywalls* ou conteúdos jornalísticos exclusivos na plataforma digital, podendo estes ser acedidos de forma gratuita.

À data da realização do estágio curricular, a redação do *Gerador* era constituída por duas jornalistas que trabalhavam a tempo inteiro e duas outras que trabalhavam a tempo parcial. Além das jornalistas com vínculos laborais, o órgão de comunicação contava também com múltiplos colaboradores *freelance* que realizavam, frequentemente, trabalhos para a plataforma.

4.3.1. A *Revista Gerador*

Tal como a área da educação, a vertente de órgão de comunicação social do *Gerador* não existia à data da sua fundação. O primeiro número da *Revista Gerador* foi publicado em julho de 2014, sob a direção de Pedro Saavedra, mas a revista era então descrita como uma publicação trimestral independente que pretendia promover a cultura portuguesa e os seus autores (Gerador, 2014, p. 3). Hoje, a *Revista Gerador* é definida como uma publicação que se dedica ao jornalismo lento e, desde janeiro de 2023, passou a ter uma periodicidade quadrimestral.

Para a revista, o órgão de comunicação elabora artigos de profundidade dedicados aos desafios dos jovens, à desigualdade e discriminação, à emergência climática, aos “atrevimentos da cultura” e à “ambiçãõ de quem vive no interior e nas localidades de baixa densidade populacional” (Gerador, 2023). Para além dos trabalhos jornalísticos, são convocados artistas e entidades para exporem as suas obras e ideias, e os artigos de opinião são assinados por personalidades convidadas.

Com o objetivo de apoiar o jornalismo e os jornalistas e, em particular, os mais jovens, o *Gerador* promove a *Bolsa Gerador Ciência Viva*. A bolsa oferece recursos técnicos, humanos e financeiros a profissionais ou a estudantes de jornalismo até aos 35 anos, para a

realização de reportagens de investigação. As reportagens vencedoras são publicadas na *Revista Gerador* e, posteriormente, no *site* do órgão de comunicação.

4.3.2. A plataforma digital

Com o objetivo de “tornar a informação acessível a todos”, o projeto tenta tirar o maior proveito das vantagens digitais do *site* e das suas redes sociais: *Twitter*, *Instagram*, *YouTube* e *Facebook* (Gerador, 2023). Na plataforma, tal como na *Revista Gerador*, pode ler-se que o órgão de comunicação se assume como um produtor de jornalismo lento.

Na plataforma, são publicadas matérias informativas todos os dias. Um dos aspetos mais diferenciadores da produção digital jornalística do *Gerador*, sobretudo, em comparação com a maioria dos órgãos de comunicação social *mainstream*, é o número de peças publicadas por dia: um artigo longo e uma peça pequena. À data do estágio curricular, por volta das 8 horas, a plataforma publicava uma reportagem ou entrevista, que assumia no *site* o lugar de maior destaque, enquanto conteúdo principal. Por sua vez, às 15 horas era publicado o segundo conteúdo jornalístico: uma notícia. Desta forma, os conteúdos ocupavam estes lugares na *homepage* do *site* durante 24 horas, até à publicação das peças do dia seguinte.

No *site* da plataforma é também promovida a iniciativa *Jornalismo Participativo*, em que o órgão de comunicação convida os seus leitores a envolverem-se no jornalismo lento produzido. A iniciativa possibilita que os leitores contribuam com as suas ideias — desde que enquadradas com a linha editorial — que gostassem de ver abordadas, em profundidade, pela redação da plataforma. Após a submissão da ideia, através de um formulário existente no *site*, as sugestões são avaliadas pela equipa Editorial, num prazo máximo de 30 dias, e os leitores são informados acerca da decisão tomada em relação ao tema que sugeriram.

4.3.3. Estatuto Editorial e linhas orientadoras

Pertencentes à mesma associação, a *Revista Gerador* e o jornalismo produzido para o *site* são, naturalmente, orientados pelos mesmos valores e princípios. Para além de definir as linhas orientadoras do órgão de comunicação social, o Estatuto Editorial do *Gerador*

apresenta também a sua linha editorial. No *site* e na *Revista Gerador*, pode ler-se o mesmo parágrafo introdutório que serve de mote ao Estatuto Editorial: “O *Gerador* persegue estes temas hoje, porque são determinantes para o que vamos ser como sociedade amanhã” (Gerador, 2023).

Os temas entendidos como determinantes para o futuro são: a *Juventude*, as *Causas Sociais*, a *Sustentabilidade*, o *Interior*, a *Democracia* e a *Cultura*. Por sua vez, estes temas constituem também as editorias que orientam os trabalhos jornalísticos publicados pela plataforma. Quanto à *Juventude*, o órgão de comunicação analisa “as vontades e preocupações dos jovens”, procurando fazer jornalismo sobre o “reinventar da educação”, “políticas de emprego”, os “problemas relacionados com a habitação” e sobre os “desafios da saúde mental” (Gerador, 2023). No que diz respeito às *Causas Sociais*, o órgão de comunicação reflete sobre “as dinâmicas principais de uma sociedade moderna e progressista”, nomeadamente, a “desigualdade, a discriminação, o lugar de fala, a identidade e a orientação sexual ou as políticas de migração” (Gerador, 2023).

No contexto da *Sustentabilidade*, o *Gerador* explora informação sobre as alterações climáticas e os novos desafios ambientais, ao mesmo tempo que concede “visibilidade a pessoas e projetos que procurem uma mudança de paradigma” (Gerador, 2023). Sobre o *Interior*, a plataforma cobre tópicos relacionados com as localidades de baixa densidade populacional, nomeadamente, os riscos demográficos, a desertificação, as condições de acesso, a pobreza, a competitividade económica e a transição digital.

Quanto à *Democracia*, o órgão de comunicação investiga as “grandes questões relacionadas com os sistemas políticos” e com a “forma de estruturar a sociedade”, com o objetivo de fazer um jornalismo consequente e inclusivo, assim como contribuir para a “mobilização dos cidadãos na sua participação cívica” (Gerador, 2023). Por fim, sobre a *Cultura*, o órgão de comunicação aborda os assuntos estratégicos do setor cultural, em Portugal, por entender a sua importância para o desenvolvimento do país. O órgão de comunicação dá conta de que explora iniciativas culturais e de que procura conteúdos fora das grandes cidades que valorizem a cultura popular e novas expressões culturais.

A apresentação e explicação da *Bolsa Gerador Ciência Viva* também consta do Estatuto Editorial do órgão de comunicação, como forma de enfatizar que a plataforma está

empenhada em apoiar o jornalismo e, em particular, os profissionais ou estudantes mais jovens da área. Apesar de se assumir como um órgão de comunicação social que produz jornalismo lento, o conceito não consta do Estatuto Editorial. Ao invés disso, a plataforma reforça que “procura levar aos seus leitores informação cada vez mais profunda e cuidada” (Gerador, 2023).

O *Gerador* é descrito como um órgão rigoroso e dedicado, mas também “descontraído”, “aberto à crítica” e “com sentido de humor”, características que têm sido utilizadas para descrever a plataforma desde a sua fundação. Aliás, no primeiro número da *Revista Gerador*, no último ponto do Estatuto Editorial da publicação, lê-se: “A *Revista Gerador* diz que nada disto da cultura tem muita piada se nos levarmos muito a sério” (Revista Gerador, 2014, p. 3).

Desde a primeira edição da revista, o Estatuto Editorial do *Gerador* também se tem mantido fiel a outros pontos. A plataforma continua a frisar que “rejeita qualquer discriminação baseada no género, religião, origem étnica ou orientação sexual” e que “defende os valores da pluralidade e diversidade cultural” (Gerador, 2023). Além disso, a independência em relação a qualquer tipo de pressões, nomeadamente, políticas e económicas, é também sublinhada.

Desde a sua fundação, a plataforma e o jornalismo por ela produzido são independentes. O financiamento da *Revista Gerador* e do jornalismo produzido para o *site* é obtido pela associação através do trabalho desenvolvido por todas as equipas. A produção, a curadoria e a organização de eventos, a venda de cursos e *workshops* e as parcerias realizadas são algumas das fontes de financiamento do órgão de comunicação. Consequentemente, a plataforma não está dependente do jornalismo que produz para financiar o trabalho desenvolvido pela equipa Editorial. A plataforma publica também anúncios publicitários no seu *site* e na *Revista Gerador*. No entanto, esta encontra-se invariavelmente relacionada com eventos e iniciativas culturais ou outro tipo de atividades que se relacionam com a identidade e linha editorial do órgão de comunicação.

4.3.4. O *Gerador* e o jornalismo lento

Na apresentação das diferentes áreas que compõem o *Gerador* — jornalismo, cultura e educação — a plataforma é caracterizada, na área do jornalismo, como produtora de

jornalismo lento. Apesar desta caracterização, o órgão de comunicação não oferece o seu entendimento do conceito ou uma definição clara e aprofundada do seu enquadramento no contexto jornalístico do *Gerador*.

No *site* da plataforma, é possível identificar a utilização do conceito de “jornalismo lento” em três secções distintas: na secção de apresentação do jornalismo produzido pelo órgão de comunicação; no espaço destinado à *Revista Gerador*, e na área dedicada à iniciativa *Jornalismo Participativo*. Na primeira, a produção de jornalismo lento é apresentada em oposição direta à “urgência dos tempos que nos rodeiam” (Gerador, 2023). Pode deduzir-se, desta forma, que o órgão de comunicação rejeita a velocidade, não só enquanto norma de produção jornalística (Prazeres, 2018), mas também enquanto norma social (Frezza et al, 2009).

Na apresentação da *Revista Gerador*, a plataforma enfatiza também que a publicação quadrimestral se dedica à produção de jornalismo lento, desta vez, associando o conceito à produção de “artigos de profundidade” (Gerador, 2023). Na descrição feita da reportagem de capa da revista, por exemplo, a peça jornalística é caracterizada como uma longa reportagem cujo tema é “abordado com profundidade” (Gerador, 2023). Já os restantes trabalhos jornalísticos da publicação são descritos como “conteúdos de jornalismo lento” (Gerador, 2023). Ao descrever estes conteúdos, o órgão reitera que está comprometido com a prática de jornalismo lento ao dedicar “tempo de qualidade” a cada peça, com o objetivo de oferecer ao leitor “artigos de profundidade” (Gerador, 2023). Por sua vez, no espaço do *site* dedicado à iniciativa *Jornalismo Participativo*, o órgão de comunicação associa, mais uma vez, o conceito de jornalismo lento a uma abordagem jornalística “em profundidade” (Gerador, 2023).

Desta forma, pode concluir-se que a plataforma associa o conceito e a produção de jornalismo lento à produção a um ritmo que permita não acelerar ou desconsiderar o método jornalístico, bem como à produção de artigos que permitam ir além da superfície dos temas investigados pela redação. De facto, a “profundidade” é o termo que mais vezes surge associado ao conceito de jornalismo lento, na plataforma *Gerador*. Apesar de se coadunarem com algumas das características frequentemente associadas ao jornalismo lento, as definições de jornalismo lento apresentadas pela plataforma revelam um

entendimento simplista deste tipo de jornalismo, que pode ser justificado através das dificuldades de conceptualização existentes em torno do conceito.

5. O Estágio Curricular no *Gerador*

A decisão de fazer o estágio curricular no *Gerador* está intimamente ligada com o tema deste relatório, pelo que se afigura pertinente discorrer um pouco acerca das minhas motivações. Começamos pelo início: descobri o *Gerador*, em 2021, através da *Bolsa Gerador Ciência Viva para jovens jornalistas*. Identifiquei-me, desde logo, com a linha editorial do órgão de comunicação, visto que se alinhava com algumas das principais temáticas que, enquanto estudante de Jornalismo e cidadã, gostaria de trabalhar e ver exploradas jornalisticamente.

O contacto com o conceito de jornalismo lento no *Gerador* chegou pouco tempo depois e cativou-me instantaneamente. Nesse período ainda não havia explorado de forma aprofundada as suas características e especificidades, mas assim que comecei a pesquisar sobre o conceito, o interesse foi crescente. Habituada a pensar a prática jornalística, maioritariamente, como o trabalho sob constante pressão, a descoberta de um órgão de comunicação assumidamente produtor de jornalismo lento, no contexto do ecossistema mediático nacional, foi, para mim, significativa.

A par da linha editorial e da abordagem de jornalismo lento, o facto de a plataforma não se dedicar exclusivamente ao jornalismo também me interessou. Percebi que a interligação das três áreas que compõem o projeto — jornalismo, cultura e educação — permitia a adoção de um modelo de negócio diferenciado da maioria dos órgãos de comunicação social, a nível nacional. Sem a pressão de estar totalmente dependente do jornalismo produzido para gerar receita, a probabilidade de as matérias se transformarem em meras “mercadorias” (Jackson, 2009; Fidalgo, 2004) que priorizam o sensacionalismo e a maximização do número de partilhas seria menor.

Quando comecei a acompanhar o projeto, percebi que a lógica da atenção e dos cliques, assim como as atualizações constantes e a publicação de matérias informativas a cada minuto, não se encontravam no *Gerador*. Os temas trabalhados, ainda que atuais, não se prendiam obrigatoriamente à atualidade noticiosa: era perceptível que a maioria dos trabalhos publicados eram o resultado de semanas de trabalho e não apenas artigos escritos à pressa no próprio dia de publicação.

Todos estes fatores fizeram com que me identificasse com o jornalismo ali produzido e, em 2022, facilitaram a minha escolha quanto ao órgão de comunicação social no qual queria desenvolver o meu estágio curricular. Optei por estagiar cerca de quatro meses por considerar que seria um período de tempo adequado para desenvolver várias matérias e projetos, e o suficiente para me familiarizar com as dinâmicas do jornalismo lento produzido. Parti para o estágio curricular com um dos objetivos que orientaram este relatório: perceber de que forma a abordagem de jornalismo lento se materializava no jornalismo produzido pelo *Gerador*.

5.1. Os números e os princípios orientadores da análise

O estágio curricular no *Gerador* teve início a 19 de setembro de 2022 e terminou no dia 20 de janeiro de 2023. Durante estes quatro meses, produzi 29 peças jornalísticas, incluindo notícias, entrevistas e reportagens.

Entre as 29 peças publicadas, contabilizam-se 22 notícias, quatro entrevistas e três reportagens. Com a exceção de uma das reportagens realizadas, que foi publicada na *Revista Gerador 40*, todas as peças foram publicadas na plataforma digital do *Gerador*. A maioria das notícias e entrevistas inseriram-se na editoria de *Cultura*, enquanto que as reportagens se enquadraram nas editorias de *Causas Sociais*, *Democracia* e *Cultura*. Através destes números, é possível verificar o peso que o setor cultural assume na produção jornalística da plataforma, sobretudo, nos artigos de pequeno formato.

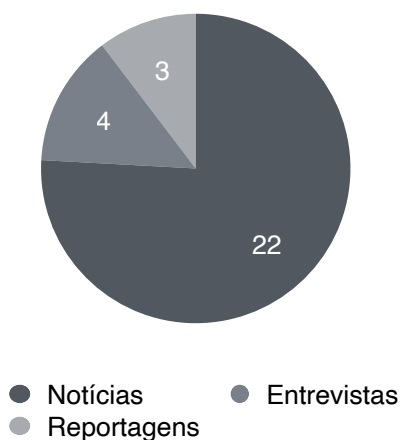


FIG. 1: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS PRODUZIDAS DURANTE O ESTÁGIO CURRICULAR.

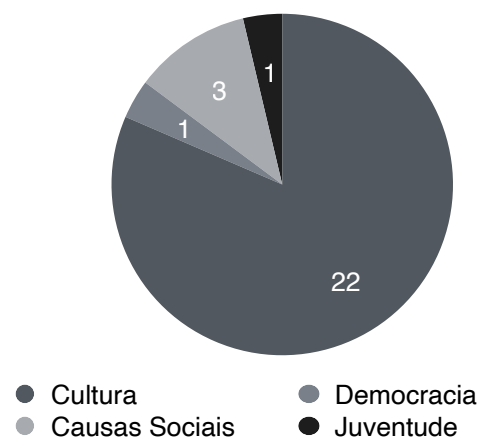


FIG. 2: NÚMERO TOTAL DE PEÇAS PRODUZIDAS POR EDITORIA.

Nos capítulos seguintes, descrevo os trabalhos que considereei mais pertinentes para dar a entender as dinâmicas da produção jornalística do *Gerador*. Não se trata de uma descrição detalhada de todos os trabalhos feitos, mas de uma apresentação mais aprofundada daqueles que considereei importantes para alcançar os objetivos deste relatório. Concedo destaque, por isso, às entrevistas jornalísticas realizadas durante os quatro meses de estágio: os processos de preparação dos guiões, a própria realização das entrevistas, a relação entre o entrevistador e o entrevistado, as dinâmicas de leitura das matérias que estão disponíveis para os leitores e a relação do jornalista com o seu público serão os principais aspetos analisados nos próximos capítulos.

Considerou-se que, por representar e tornar claras todas estas dinâmicas, a entrevista, enquanto género jornalístico, permite desenvolver múltiplas reflexões acerca da prática de jornalismo lento, no contexto do *Gerador*. Acresce que, sendo o rótulo de “jornalismo lento” utilizado, muitas das vezes, como um selo de qualidade jornalística pelos órgãos de comunicação social que o adotam, a pergunta “*O que faz uma boa entrevista?*” foi um dos princípios orientadores da análise.

5.1.1. Setembro: o começo

O estágio curricular teve início no dia 19 de setembro e as duas primeiras semanas serviram, essencialmente, para conhecer as rotinas da equipa Editorial, o funcionamento do *site* do órgão de comunicação e as etapas que teria de cumprir antes da partilha dos trabalhos, desde a escrita de cada peça jornalística à sua respetiva revisão e publicação. Na primeira semana, foi agendada uma reunião com a então diretora editorial, e minha orientadora no *Gerador*, Andreia Monteiro.

Na reunião, a diretora apresentou-me o plano editorial que havia definido para orientar a minha passagem pelo *Gerador*. Inicialmente, ficou estabelecido que iria publicar três notícias por semana (às segundas-feiras, quartas-feiras e sextas-feiras) e, ao longo dos quatro meses, publicaria também três reportagens e três entrevistas. Mais tarde, este plano viria a sofrer múltiplas alterações, fruto de mudanças no calendário e no plano editorial da plataforma.

A Andreia Monteiro explicou também que deveria, para todas as peças jornalísticas finalizadas, enviar-lhas para que fizesse uma primeira revisão e, após as suas correções e sugestões, deveria remeter o artigo para a Ana Salgado, lexicógrafa responsável pelas revisões de todos os trabalhos jornalísticos. Após todas as revisões, procederia ao agendamento do artigo no *backoffice* do *site* e colocaria todos os conteúdos — texto, fotografias e *copys* para a partilha nas redes sociais — no arquivo editorial. Este processo foi repetido para todos os trabalhos que publiquei durante o estágio curricular.

Quanto aos artigos planeados para o meu período de estágio, foi-me dada a possibilidade de escolher todos os temas que gostasse de trabalhar para as notícias e reportagens e quais as personalidades que gostaria de entrevistar, desde que tivesse a aprovação da Andreia Monteiro. Não obstante, por vezes, ser-me-iam atribuídos temas que não dependeriam da minha escolha, sobretudo, no caso dos artigos mais pequenos, como as notícias. Rapidamente percebi que era esta a norma no *Gerador*: as jornalistas e os outros colaboradores poderiam fazer sugestões, que depois seriam discutidas pela direção editorial ou em reuniões com toda a equipa, de forma a averiguar a plausibilidade de proceder com o trabalho jornalístico sugerido.

Foi tornado claro que, para a redação de notícias, poderia orientar-me por comunicados de imprensa, mas deveria fazer, pelo menos, uma entrevista com uma das fontes. Esta exigência foi reveladora de um certo compromisso do *Gerador* com o aprofundamento dos temas e de uma preocupação em oferecer novas informações ao leitor, ao invés de o trabalho do jornalista se restringir a uma mera reunião de informações encontradas na Internet ou à adaptação e reescrita de comunicados de imprensa, aliás, práticas “jornalísticas” comuns no meio digital (Masurier, 2015). Acresce, ainda, que a prática de ouvir outras vozes para além das informações que constam nos comunicados de imprensa corresponde a uma boa prática jornalística, independentemente da natureza do *medium*.

Atendendo à identidade do *Gerador* e à sua relação forte com o setor cultural, senti-me sempre inclinada a escolher temas relacionados com a cultura para as notícias. Tendo em conta a importância que o órgão de comunicação atribui à descentralização geográfica dos eventos e acontecimentos noticiados, procurei também escolher artigos que não estivessem relacionados com Lisboa.

5.1.2. Outubro: os desafios da primeira entrevista

Foi durante o mês de outubro que publiquei o maior número de peças em todo o período de estágio: publiquei dez notícias e fiz a primeira entrevista, que foi publicada no dia 20 de outubro. Cerca de três semanas antes da data acordada para a sua publicação, havia definido com a Andreia Monteiro que iria falar com o fotógrafo conimbricense, Pedro Medeiros, que apresentava, na altura, uma nova exposição no *Exploratório - Centro Ciência Viva de Coimbra*. Este artigo viria a suscitar algumas questões acerca da entrevista enquanto género jornalístico, sobretudo, tendo em conta o enquadramento de jornalismo lento do órgão de comunicação.

Masurier (2016) menciona que “jornalismo” é um substantivo plural, pelo que as práticas de jornalismo lento também refletem a pluralidade da atividade jornalística. Ainda assim, há géneros jornalísticos que prevalecem e que são mais cultivados do que outros entre os órgãos de comunicação que produzem jornalismo lento, nomeadamente a reportagem e a entrevista (Corral et al, 2022). Entrevistas de profundidade em que é concedido tempo ao entrevistado para completar o seu raciocínio e contar a sua perspetiva sobre determinado assunto ao seu próprio ritmo são alguns dos aspetos associados à realização de entrevistas enquadradas na abordagem do jornalismo lento (Masurier, 2016). No final de contas, a entrevista jornalística, independentemente da natureza do *medium*, pode ser entendida como uma oportunidade de aprofundar e conhecer melhor as ideias do entrevistado, o seu trabalho ou o seu entendimento sobre determinado tópico ou acontecimento: para que a entrevista jornalística cumpra estes objetivos, é necessário que o entrevistado tenha espaço e tempo para expor a sua perspetiva. Foram estes os princípios que orientaram as entrevistas realizadas durante o estágio curricular no *Gerador*.

Durante o período de preparação da entrevista com o Pedro Medeiros, pesquisei sobre o seu percurso e obra. Apesar de a motivação para o envio do pedido de entrevista ter sido a nova exposição do fotógrafo, era importante, atendendo à profundidade que se pretendia incutir na peça e que é tão frequentemente associada ao jornalismo lento (Pedriza, 2017; Drok & Hermans, 2016; Masurier, 2016), que a conversa não se esgotasse no seu último trabalho. Quis dar destaque à exposição e ao processo artístico por detrás dela, mas determe também na relação do fotógrafo com a sua arte, a forma como entendia a evolução e

construção do seu estilo próprio e saber em que momento decidiu dedicar-se à fotografia. Consultei também os dados biográficos que estavam disponíveis acerca do artista, com o objetivo de perceber se influenciavam de forma significativa os seus trabalhos fotográficos. Apesar de ser natural de Coimbra, por exemplo, Pedro Medeiros tinha estudado em Lisboa e em Londres, e vivido em Quioto e em Tóquio: procurei explorar o impacto destas experiências.

Através de uma análise do seu repertório fotográfico, tentei traçar aspetos aparentemente transversais nos seus trabalhos, de forma a questioná-lo acerca das suas escolhas artísticas e entender quais os aspetos diferenciadores do seu estilo fotográfico. Sobre a nova exposição, *The Pencil of Nature*, que era constituída por fotografias de elementos da natureza recolhidos pelo artista, procurei saber mais sobre o processo artístico, o que motivava a escolha de determinado elemento em detrimento de outro e explorar o porquê da homenagem prestada a William Henry Fox Talbot, cuja obra que publicou, entre 1844 e 1846, deu o nome à exposição do fotógrafo conimbricense.

Acabei por formular um guião orientado pela curiosidade que tinha em torno da evolução de Medeiros como artista e o início da sua carreira, com questões que procuravam suscitar respostas que oferecessem aos leitores informações pertinentes. Acresce que, naquele momento, a exposição ganhava já alguma visibilidade mediática, pelo que procurei afastar-me de questões ou de explorar informações que sentia terem já sido esclarecidas noutros órgãos de comunicação: a profundidade e, conseqüentemente, a novidade, iriam ser os elementos diferenciadores da entrevista.

O fotógrafo acabou por aceder ao pedido de entrevista, mas preferiu, por escolha pessoal ou por força das suas circunstâncias, responder às questões por escrito. Tendo em conta que uma entrevista pressupõe a possibilidade de o entrevistador, face a uma determinada resposta, colocar uma nova pergunta ou mudar o rumo da conversa, esta preferência do entrevistado colocava uma série de dúvidas quanto à possibilidade de, no formato escrito, serem alcançados os objetivos prévios para a entrevista.

Em última instância, a profundidade, associada ao jornalismo lento e que se pretendia alcançar, iria perder-se, atendendo ao facto de que o formato escrito impõe uma série de restrições ao entrevistador: não iria ser possível deter o controlo e rumo da conversa

consoante as respostas do entrevistado; possíveis questões interessantes e pertinentes que se impunham fazer, iriam deixar de ser feitas; e a fluidez e o ritmo da conversa iriam ser prejudicados. Além disso, o envio de questões por escrito desvenda qualquer elemento surpresa que seria possível ter no decurso da conversa, se o guião não fosse revelado ao entrevistado, antes da realização da entrevista.

Neste contexto, mesmo que fosse estabelecida uma troca sucessiva de mensagens, a escrita iria deixar de fora um componente muito importante de uma entrevista jornalística: a possibilidade de interpretar a comunicação não verbal do entrevistado. A hesitação, o desconforto ou até mesmo o entusiasmo face a determinada questão — componentes comunicacionais perceptíveis na linguagem corporal ou no tom de voz — são elementos importantes a ter em conta. Alejandro (2021) refere mesmo que este tipo de comunicação é absolutamente essencial para compreender realmente o que o nosso interlocutor está a dizer: os desvios de olhar, a postura ou os tiques nervosos podem ajudar o entrevistador a decifrar mensagens que o entrevistado está a transmitir, ainda que de forma inconsciente. Uma boa interpretação e um ajuste adequado a este tipo de comunicação por parte do jornalista possibilita colocar novas perguntas e facilita a decisão de insistir, ou não, em determinado tópico ou declaração: não tendo esta possibilidade através do formato escrito, a profundidade que se impunha procurar seria afetada. Além do mais, atendendo ao formato da publicação, o leitor não iria ter a possibilidade de detetar, por si, esta comunicação não verbal, pelo que a responsabilidade do jornalista era acrescida.

A troca sucessiva de mensagens também não colmataria totalmente a falta de fluidez da conversa: as dinâmicas e o espaço de tempo entre a pergunta do jornalista e a resposta do entrevistado seriam diferentes, pelo que a rigidez que a escrita imprime ao formato pergunta-resposta não seria superada, prejudicando, neste caso, não só o nível de profundidade possível, como a qualidade da entrevista. Acresce que a linguagem escrita é distinta da linguagem coloquial: apesar de a escrita possibilitar um discurso mais cuidado, através da hipótese de escrever e editar a resposta, a naturalidade e a espontaneidade da alteração será sempre condicionada por este formato.

Afigura-se pertinente refletir também acerca da capacidade de um jornalista ouvir as suas fontes. Em entrevista, Francisco Sena Santos defendia que o jornalismo hoje produzido

corre o risco de viver preso a ecrãs de computadores. O locutor salientava que não basta aos jornalistas ouvirem as pessoas, é antes “preciso ouvi-las realmente”, sobretudo, num contexto de uma “cultura em que começa a faltar tempo para dar às pessoas o tempo que elas merecem” (Figueira, 2009, p. 23). Inconscientemente, Francisco Sena Santos parece ter conseguido encapsular numa só frase a essência do jornalismo lento. É precisamente este o princípio que orienta a realização de entrevistas no contexto deste tipo de jornalismo, com o objetivo de pôr em prática conceitos como a responsabilidade, respeito, reciprocidade e paciência (Masurier, 2016). Em última instância, poderia inferir-se que o formato escrito não concede ao jornalista o meio indicado para “ouvir realmente” os seus entrevistados e materializar alguns destes conceitos, dos quais destaco a responsabilidade e o respeito, atendendo à abordagem de jornalismo lento.

O jornalismo lento não se esgota nos processos aprofundados de investigação que antecedem a realização de entrevistas e a escrita de reportagens, nem na capacidade de ouvir realmente os entrevistados. A adoção desta abordagem pressupõe, em simultâneo, o respeito pelo tempo que o jornalismo de qualidade necessita para ser produzido e, conseqüentemente, o respeito pelo trabalho do jornalista, mas também o respeito e consideração pelos cidadãos que consomem o jornalismo produzido, atendendo à responsabilidade social da atividade jornalística (Peñafiel-Saiz et al, 2022).

Conseqüentemente, não oferecer ao leitor a profundidade associada ao jornalismo lento e, aliás, publicitada pelo órgão de comunicação, pode constituir um problema. Sem o cumprimento pleno da profundidade preconizada, não é claro que o órgão de comunicação esteja a cumprir o serviço público e a qualidade jornalística com a qual se comprometeu. Ainda assim, e apesar das limitações, a direção da equipa Editorial não se opôs ao formato escrito e a entrevista foi realizada via *e-mail*: o entrevistado enviou as suas respostas por escrito e empenhou-se na profundidade que lhes concedeu, contudo, percebia-se que a linguagem não era coloquial e a profundidade que, enquanto entrevistadora, poderia ter oferecido e trabalhado, estava perdida. Poderia, no limite, colocar-se então a questão, perante as limitações impostas pelo formato escrito das entrevistas, se um órgão de comunicação que produz jornalismo lento deveria aceder a este tipo de pedidos, visto que o formato pode prejudicar a profundidade preconizada e, conseqüentemente, esperada por parte dos leitores ou consumidores deste tipo de jornalismo.

Por sua vez, afigura-se pertinente destacar aqui também outras reflexões acerca da organização interna do *Gerador*. Foi durante o mês de outubro, em que o ritmo de trabalho foi mais intensivo, que comecei a perceber que a plataforma se regia por uma hierarquia horizontal, não estranha a órgãos de comunicação produtores daquilo que se poderia entender como jornalismo lento: veja-se o caso dos Fumaça que, no seu *site*, consideram “fictício” o cargo de diretor/a, visto que a redação é “horizontal e assume coletivamente responsabilidade pelas suas decisões” (Fumaça, 2023). Apesar da existência dos cargos de presidente da associação, que estava bastante envolvido nos trabalhos da equipa Editorial, e da existência de diretores para cada equipa, o ambiente e a comunicação sempre foram muito pouco burocráticos e pouco rígidos. Estes fatores facilitavam o contacto com outros membros da redação e da direcção da plataforma, permitindo, conseqüentemente, agilizar alguns processos.

Ainda assim, no caso da equipa Editorial, sentia que as jornalistas tendiam a trabalhar, maioritariamente, de forma individual. A partilha de ideias e o trabalho em grupo, que permitiriam uma maior distribuição de tarefas e uma maior eficácia na realização de trabalhos que exigiam um maior nível de aprofundamento, poderia ser maior, de forma a não criar um ambiente tão atomizado.

Confesso que chegado o fim do mês de outubro, começava a sentir-me um pouco presa à redação e, apesar de não me limitar a reunir informações encontradas na Internet para a escrita das peças que publicava, começava a identificar a minha experiência com o termo “jornalismo sentado”, cunhado pelo francês Érik Neuve, em 2001, e que tanto se opõe aos princípios preconizados pelo jornalismo lento. Felizmente, a partir do próximo mês, começaria a sair da redação em trabalho de campo.

5.1.3. Novembro: o respeito pelos entrevistados

O mês de novembro foi um mês de mudanças: além de ter começado a sair da redação para realizar entrevistas, foi também implementado um plano editorial trimestral para toda a redação, que provocou alterações ao número de notícias, entrevistas e reportagens que as jornalistas deveriam produzir num período de três meses. Este novo plano não afetou o número de artigos longos calendarizados no início do estágio, mas reduziu de forma

substancial o número de notícias que tinha de publicar: ao invés de três por semana, teria de escrever dez notícias nos próximos três meses. Esta mudança fez com que só tivesse publicado dois conteúdos em novembro: uma notícia e uma entrevista. Destaco aqui ambas, por razões distintas, tendo em conta os processos e objetivos das entrevistas realizadas e o respetivo enquadramento do jornalismo lento.

No dia 3 de novembro, publiquei uma notícia sobre o festival conimbricense *Caminhos do Cinema Português*, cuja 28.^a edição iria decorrer entre os dias 5 e 19 de novembro. Propus o tema com cerca de uma semana de antecedência da data de publicação estipulada, de forma a ter tempo para pesquisar sobre a edição com maior profundidade e explorar a história e evolução do festival ao longo dos anos.

Vale a pena referir que o jornalismo lento é constantemente associado a artigos de longo formato, de tal forma que parece ser um aspeto transversal aos estudos sobre o tema. Pedriza (2017) refere mesmo que, na literatura científica, os aspetos mais consensuais em torno do conceito de jornalismo lento são o estilo ensaístico da escrita e a longa extensão dos textos jornalísticos. Ainda assim, a mesma autora reconhece que é perfeitamente concebível escrever artigos de pequeno formato, tais como editoriais, artigos de opinião e notícias, que também conseguem ser rigorosos e profundos. Neste sentido, pode lançar-se a questão: não poderá a produção de uma notícia inserir-se no conceito de jornalismo lento, se partilhar o mesmo contexto, os mesmos princípios e alguns dos mesmos processos que a produção de uma entrevista ou reportagem enquadrada neste tipo de jornalismo?

Na fase de pesquisa sobre o festival, tentei pautar-me pelo princípio da profundidade e, ao pesquisar sobre notícias acerca do evento, mantive o foco em torno de tópicos que ainda não tinha visto serem explorados por outros órgãos de comunicação. Em artigos de pequeno formato, como o são as notícias, é frequente negligenciar-se o contacto com as fontes, verificando-se que, muitas das vezes, os jornalistas se apoiam somente nas informações disponibilizadas nos comunicados de imprensa para redigirem as suas peças. No entanto, neste caso, os elementos diferenciadores da notícia foram precisamente as entrevistas realizadas ao diretor do festival, Tiago Santos, e ao diretor da programação, João R. Pais.

É importante salientar que a preparação de uma entrevista enquanto género jornalístico e a preparação de uma entrevista que está inserida no processo de recolha de dados para a produção de uma notícia ou reportagem são distintos. Talvez se pudesse argumentar que a entrevista, enquanto género, tem como seu protagonista o entrevistado: o objetivo é conhecê-lo e a sua verdade. Na maior parte dos casos, a notícia, e até mesmo a reportagem, terá como protagonista o tema, o evento ou o acontecimento que trata: neste âmbito, o entrevistado será uma das várias vozes ouvidas, porque tem algum conhecimento ou conexão com os mesmos. De resto, os pressupostos, os processos de preparação e os objetivos entre ambas as entrevistas também são distintos: para uma notícia, a abrangência dos tópicos abordados será menor e a altercação com o entrevistado será mais concisa e concentrada, visto que o objetivo é o foco num determinado evento ou acontecimento. No entanto, a menor abrangência e extensão da entrevista não deve ser utilizada como uma justificação para negligenciar a profundidade ou o espaço que concedemos ao entrevistado para expor as suas reflexões.

Terminada a fase de pesquisa, contactei o diretor do festival, Tiago Santos, e falámos por telefone. Ao conceder-lhe o devido espaço para expor o seu pensamento no seu próprio ritmo e demonstrando-lhe, através das perguntas, que o objetivo não era apenas obter frases soltas para utilizar como citações, e que estava, de facto, interessada no que tinha para dizer, foi criada uma base de respeito e consideração entre o entrevistador e o entrevistado. Acresce que o diretor do festival, após a entrevista, partilhou até o contacto do diretor da programação, João R. Pais, porque sentiu que este seria a pessoa mais indicada para responder a certas perguntas com maior profundidade: quando o jornalista demonstra interesse e oferece o devido tempo, as pessoas tendem, também elas, a providenciar a profundidade que procuramos.

Através das entrevistas realizadas foi possível explorar, de forma mais profunda, duas das questões elementares do jornalismo: *Como?* e *Porquê?*, tão frequentemente desvalorizadas nos artigos noticiosos. Foi através do contacto com o Tiago Santos e o João R. Pais que foi possível, por exemplo: explorar a evolução do festival ao longo dos anos, desde a sua fundação, em 1988; entender que critérios pautaram a seleção dos filmes exibidos; e o porquê de, pela primeira vez na história do festival, a *Seleção Ensaios*, constituída por obras fílmicas produzidas em contexto académico, ocupava o Teatro Académico de Gil Vicente, o

principal palco do festival. Desta forma, mesmo num artigo de pequeno formato, foi possível explorar a profundidade preconizada pelos defensores e adeptos do jornalismo lento.

No dia 14 de novembro, publiquei a minha segunda entrevista, desta vez, ao secretário-geral da Associação Portuguesa de Apoio ao Recluso (APAR), como havia sugerido à Andreia Monteiro, atendendo ao interesse que nutria pelo sistema prisional português e pelo facto de a associação ter celebrado, em 2022, dez anos desde a sua reabertura, após um período de hiato. Tendo a entrevista definida desde outubro, consegui aprofundar algumas das questões que me pareceram as mais pertinentes, nomeadamente, a forma como a sociedade portuguesa encara o sistema prisional e a população reclusa, a qualidade de vida nos estabelecimentos prisionais portugueses e as relações da associação com a Direção-Geral de Reinserção e Serviços Prisionais (DGRSP).

O tempo concedido para a preparação da entrevista permitiu-me explorar alguns dos dados biográficos do entrevistado, acompanhar os comunicados publicados pela APAR nas suas redes sociais e proceder a uma consulta mais cuidada dos últimos dados disponibilizados pela DGRSP acerca do sistema prisional português. Dada a natureza das publicações da APAR, que muitas vezes denuncia situações de violência e uso indevido de força contra a população reclusa por parte de guardas prisionais, também considerei pertinente questionar o secretário-geral acerca da relação da associação com o Sindicato Nacional do Corpo da Guarda Prisional (SNCGP), que já havia mostrado o seu desagrado face a algumas das publicações. O objetivo deste último ponto não era a obtenção de declarações polémicas ou fazer um tratamento sensacionalista da informação: a expectativa era perceber se a APAR alguma vez tinha sido impedida ou incentivada a não publicar alguma denúncia, de modo a não denegrir a imagem do Corpo da Guarda Prisional.

A entrevista foi realizada por videochamada e foi, de imediato, perceptível que, por vezes, o secretário-geral dispersava um pouco a meio da sua resposta, regressando mais tarde ao tópico sobre o qual o tinha questionado. Este tipo de situações podem ser difíceis de gerir: por um lado, o entrevistador deve conduzir e controlar o rumo da conversa; por outro, sucessivas interrupções e cortes de palavra podem ser interpretados como falta de interesse. Referindo-se ao trabalho de campo jornalístico, Hermann, 2015 *apud* Masurier (2016, p. 441) utiliza uma expressão, talvez, pouco simpática — embora a coloque entre

aspas — e escreve mesmo que “desperdiçar tempo” pode acrescentar valor ao jornalismo. De facto, pode ser no tempo que parece estar a ser desperdiçado que surgem pormenores que permitem refinar o tratamento das informações e oferecer peças jornalísticas de maior qualidade, sobretudo, quando comparadas aos conteúdos noticiosos disseminados na Internet. Decidi orientar-me por este princípio e dar espaço ao entrevistado para expor o seu pensamento, não esquecendo os tópicos que queria abordar e conduzindo, assim, a entrevista sem muitas interrupções.

Sobre este último ponto, é relevante salientar que, durante o estágio, as entrevistas foram sempre feitas com o pressuposto de que existiria tempo para que o entrevistado falasse sem pressa. Além disso, é importante reconhecer que o facto de as entrevistas serem publicadas na plataforma digital do *Gerador*, no formato escrito, permitia que não existissem preocupações com limites de caracteres ou edição de áudio e vídeo, e este fator também possibilitava que as entrevistas fossem menos rígidas e mais longas.

Vale a pena referir aqui um dos momentos mais importantes da entrevista, a propósito da importância de formular guiões com uma estrutura refletida, com o objetivo de obter declarações com a profundidade desejada. Por ocasião do lançamento do seu livro, *Talk to Me: How to Ask Better Questions, Get Better Answers, and Interview Anyone Like a Pro*, em 2019, o jornalista norte-americano Dean Nelson recordava a entrevista que tinha uma vez feito ao também jornalista Tracy Kidder. A determinado momento na conversa, Nelson fez uma pergunta que poderia ter sido mal interpretada, visto que se relacionava com a veracidade de alguns dos trabalhos do entrevistado. No entanto, o momento na entrevista em que colocou a questão fez com que Kidder não a interpretasse dessa forma, porque já tinha tido tempo suficiente para reconhecer que a intenção do jornalista não era a de pôr em causa o seu trabalho: “no momento em que fiz a pergunta, ele confiava em mim o suficiente para saber que não estava a atacá-lo e deu-me uma resposta muito ponderada” (WBUR, 2019).

Efetivamente, um dos momentos mais importantes da entrevista com Vítor Ilharco chegou precisamente perto do fim da conversa, quando o secretário-geral admitiu ter conhecimento de que as denúncias de violência e de incumprimentos da lei que são feitas pela população reclusa são, muitas das vezes, silenciadas com o envolvimento de guardas prisionais. A

resposta foi dada no seguimento da questão sobre a relação da APAR com o SNCGP, que guardei para a segunda metade da entrevista: esta decisão foi consciente, visto que poderia ter sido demasiado cedo abordá-la no início da conversa. Face à questão sobre o relacionamento da associação com o Corpo da Guarda Prisional, o secretário-geral poderia ter adotado uma postura mais fechada durante o resto da entrevista e, conseqüentemente, influenciar a forma e a profundidade com que fosse responder às restantes questões.

A propósito deste aspeto, há que mencionar também o papel do tom e postura assumidos pelo jornalista numa entrevista. Thomas, 2016 *apud* Masurier (2016, p. 440) defende uma “ética lenta” para a realização de entrevistas, desafiando algumas das técnicas tradicionais de jornalistas do Ocidente, em que a postura adversarial, o tom acusatório, as interrupções e o controlo sobre o entrevistado tendem a ser comuns. A autora defende que os jornalistas devem antes adotar uma postura de respeito, hospitalidade e responsabilidade que, por sua vez, possibilita um processo mediático ético e diminui a construção e perceção do entrevistado como um “Outro”. De facto, será através deste respeito que se conseguirão mais e melhores informações: o respeito mútuo contribui para a construção de um clima de segurança e de confiança durante a entrevista e, desta forma, o entrevistado estará mais aberto e disponível para dar a conhecer o seu ponto de vista. Julgo que a adoção deste tipo de tom e postura facilitou, não só a entrevista com o secretário-geral da APAR, mas todas as entrevistas realizadas durante o estágio curricular.

Tendo em conta o enquadramento do jornalismo lento, é importante referir a forma como este tipo de jornalismo olha para os entrevistados e as suas fontes. O tratamento ético das fontes e o respeito por todos os envolvidos no processo jornalístico são características que tendem a ser usadas para definir o conceito de jornalismo lento (Mendes & Marinho, 2022; Rauch, 2018). “Ética” e “co-produção” são palavras que não são estranhas à literatura científica existente em torno do conceito e, muitas das vezes, surgem associadas à relação que o jornalista tem com as suas fontes e o seu público (Pedriza, 2017). Neste contexto, destaca-se a importância acrescida de ter por base o respeito quando se realizam entrevistas e contactam fontes: os entrevistados não devem ser percecionados como inimigos ou apenas como uma das matéria-primas do jornalismo, das quais se tem de “espremer” toda a informação possível. Tal como o público, no enquadramento do jornalismo lento, os entrevistados também devem ser entendidos como um componente fundamental

no processo jornalístico. Acresce que não há jornalismo sem fontes e queremos entrevistados que estejam disponíveis e interessados em dar o seu testemunho, sabendo que vão ser tratados com respeito.

Para além dos conteúdos supramencionados, o mês de novembro coincidiu com o meu primeiro e único “contacto” com a *Revista Gerador*: a direção da equipa Editorial atribuiu-me uma pequena reportagem acerca da *Mostra Nacional de Jovens Criadores 2022*. A reportagem acabou por ser publicada, em janeiro, na *Revista Gerador 40*. Foi também durante o mês de novembro que comecei a trabalhar na minha primeira reportagem para o *site* do *Gerador* e a sair da redação para a realização de entrevistas.

A reportagem centrava-se em torno da participação política dos jovens, em Portugal, e decidi sugeri-la, porque havia lido os relatórios publicados pela Fundação Calouste Gulbenkian, em abril de 2022, acerca este tema. Sobre este trabalho, é importante referir que a preferência pelo imediatismo e facilitismo faz com que se recorra, muitas das vezes, às fontes que estão mais próximas e que têm uma maior visibilidade (Waltz, 2015), porém, a descentralização, a diversidade e a pluralidade das fontes foram uma das principais preocupações e uma das práticas incentivadas durante o estágio curricular. Tentei ir além das informações que constavam nos relatórios consultados e ouvir vozes de pessoas que não ouvimos com regularidade nos *media* portugueses.

Entrei em contacto com jovens envolvidos na *Greve Climática Estudantil*, no *SOS Racismo*, na *Plataforma Já Marchavas* e na *ANTIFA - Bragança*. Para oferecer o ângulo da participação política mais convencional, contactei também jovens que possuíam militância partidária ou que exerciam funções como deputados na Assembleia Municipal de Lisboa e no Parlamento da República: Leonor Rosas, deputada na Assembleia Municipal de Lisboa pelo Bloco de Esquerda, Miguel Costa Matos, deputado do Partido Socialista na Assembleia da República e secretário-geral da Juventude Socialista, e Francisco Camacho, presidente da Juventude Popular.

5.1.3. Dezembro: a sobrecarga e a dificuldade de conciliação

Durante o mês de dezembro publiquei três notícias, uma entrevista e a reportagem sobre a participação política dos jovens portugueses. Julgo pertinente realçar que, nesta fase,

comecei a sentir-me um pouco sobrecarregada com os trabalhos que tinha em curso. Nas duas primeiras semanas do mês dediquei-me, em simultâneo, à escrita da reportagem acerca da participação política dos jovens e à escrita da reportagem acerca da *Mostra Nacional de Jovens Criadores 2022*. Para além disso, publiquei uma notícia, comecei a preparação do guião da terceira entrevista e iniciei a fase de pesquisa para a última reportagem.

No mês de dezembro, tornou-se evidente que esta dedicação simultânea a vários trabalhos de profundidade acabava por prejudicar o “tempo de qualidade” (Gerador, 2023) possível dedicar a cada tema. A par desta sobreposição de tarefas, verifiquei a possibilidade de existir um lapso na avaliação dos temas sugeridos e trabalhados pela redação: o tempo concedido para a realização da reportagem acerca da *Mostra Nacional de Jovens Criadores 2022* foi sensivelmente o mesmo que o concedido para trabalhar na reportagem acerca da participação política dos jovens, que exigia um tratamento com maior profundidade.

Esta desconsideração também era visível nos trabalhos desenvolvidos pelas jornalistas da redação: algumas das temáticas tratadas exigiam mais sensibilidade e profundidade do que outras, mas pareciam ser julgadas da mesma maneira, tendo em conta que o tempo concedido para as produzir era o mesmo. Apesar desta situação, a direção e a produção editorial mostraram-se sempre abertos e disponíveis para proceder às alterações necessárias às datas de publicação.

5.1.4. Janeiro: os detalhes e a importância da postura

Durante o mês de janeiro, publiquei uma entrevista, seis notícias e terminei a minha última reportagem, centrada em torno das desigualdades de género que persistem no campo das Ciências, Tecnologias, Engenharias e Matemática (CTEM). Este trabalho viria a ser publicado no dia 11 de fevereiro para assinalar o *Dia Internacional das Mulheres e Meninas na Ciência*. Para esta reportagem, entrevistei estudantes do sexo feminino no ensino superior em áreas CTEM, alunas do 1.º ciclo de ensino básico e múltiplas cientistas de áreas como a Informática, Matemática e Biologia. Tive também oportunidade de falar com a cientista e secretária de Estado do Desenvolvimento Regional, Isabel Ferreira, com a

presidente do Conselho Diretivo da Fundação para a Ciência e Tecnologia, Madalena Alves, e com a presidente da Associação Portuguesa de Mulheres Cientistas, Ana Costa Freitas.

Destaco, no entanto, a entrevista feita ao vencedor da categoria *Fotografia* da *Mostra Nacional dos Jovens Criadores 2022*, Guilherme Proença, que me foi atribuída pela direção da equipa Editorial. À semelhança da entrevista realizada no mês anterior, ao jovem vencedor da categoria *Gastronomia* da mesma competição, a informação disponível sobre o fotógrafo não era vasta. Atendendo ao facto de que as melhores perguntas nascem, tendencialmente, de um conhecimento profundo acerca do entrevistado ou do tema no qual se centra a entrevista jornalística, a falta de informações poderia dificultar a construção do guião. Ao mesmo tempo, o reconhecido desconhecimento acerca dos jovens também permitiu que a curiosidade acerca dos mesmos fosse maior e, assim, expandir o leque de perguntas possíveis.

Para conseguir a profundidade que tinha vindo a pautar os trabalhos desenvolvidos e colmatar a falta de informações que tinha sobre o entrevistado, o foco nos detalhes assumiu uma importância acrescida. Além disso, existia também a necessidade de fornecer ao leitor mais informações de contexto acerca do artista, dado que este não era uma personalidade conhecida do público. Durante a construção do guião para a entrevista, foi importante preparar questões abertas o suficiente que permitissem uma resposta com substância, mas não abertas de tal forma que se tornassem demasiado abstratas.

Durante a fase de pesquisa, consultei a candidatura do fotógrafo à competição e consegui, assim, obter alguns dos seus dados biográficos e uma breve descrição da sua obra artística. Pesquisei no seu *website* pessoal alguns dos seus trabalhos anteriores e vi que o jovem tinha frequentado um *workshop* do fotógrafo norte-americano Todd Hido: quis saber se era uma das suas influências. Explorei também as suas redes sociais de forma a encontrar quaisquer informações relevantes e, através da sua página IMDb, consultei os trabalhos artísticos em que tinha estado envolvido. Para além da fotografia, o entrevistado tinha também feito trabalhos enquanto realizador, diretor e colorista. Esta versatilidade artística fez com que fosse importante questionar o jovem se seria errado rotulá-lo apenas como fotógrafo, tentando, assim, perceber de que forma definia o seu trabalho.

Através do seu perfil de *LinkedIn*, foi possível perceber que o entrevistado também já tinha realizado campanhas promocionais e publicidades televisivas, mas trabalhava, naquele momento, como artista *freelancer*. Desta forma, considerei pertinente questioná-lo acerca da importância que atribui à liberdade de criação artística, estabelecendo uma comparação entre ambos esses momentos da sua carreira. Julgo que esta questão acabou por se tornar no momento mais interessante da entrevista, visto que o jovem revelou que preferia não lucrar com as suas obras fotográficas, para que a sua arte pudesse desenvolver-se sem quaisquer tipos de pressões externas. Durante esta fase de pesquisa, fui descobrindo alguns trabalhos que o entrevistado tinha feito com outros artistas e considerei também interessante questioná-lo acerca dos critérios que pautam as suas colaborações. Sobre a sua obra, o entrevistado tinha referido nas redes sociais que o projeto tinha nascido na Dinamarca, através de uma reflexão sobre o que é a “posse”. Quis explorar melhor este ponto, questionando-o acerca do seu processo criativo e sobre aquilo que, no país nórdico, tinha espoletado essa reflexão.

Durante a entrevista, o fotógrafo adotou um discurso e uma postura visivelmente mais informais do que a maioria das pessoas entrevistadas durante o estágio curricular. Desta forma, é importante destacar a importância da postura assumida pelo jornalista durante uma entrevista. Diferentes fatores fazem com que os entrevistados adotem diferentes posturas: ora mais fechadas ou mais abertas, ora mais formais ou mais casuais. É importante que o jornalista saiba adaptar-se para que esteja em consonância com o entrevistado e a conversa flua com maior naturalidade. Através de uma boa adaptação à postura do entrevistado, este ficará mais confortável e terá uma maior disponibilidade para falar mais abertamente, concedendo a profundidade procurada.

Para além da entrevista, devo destacar também que algumas das notícias publicadas nestas duas semanas foram um pouco desconsideradas. Tendo em conta o foco e a prioridade que foi concedida à última reportagem e o facto de as notícias me terem sido atribuídos com pouca antecedência, nem sempre tive o tempo necessário para aprofundar os temas e algumas das notícias acabaram mesmo por ser publicadas sem ter feito qualquer entrevista. Esta situação não foi um entrave para a publicação, pelo que se torna evidente que, no caso de conteúdos pequenos, o *Gerador* não é intocável no que toca às dinâmicas do jornalismo digital, que favorecem o rápido, o fácil e o “sentado”.

5.2. Balanço final: reflexões em retrospectiva

Após a análise de alguns dos trabalhos desenvolvidos durante o estágio curricular, vale a pena fazer um balanço final destes quatro meses e refletir sobre os objetivos deste relatório. Acerca da análise feita às entrevistas realizadas, é pertinente questionar se as práticas jornalísticas descritas, enquadradas no jornalismo lento, e que procuraram, sobretudo, a profundidade dos temas, representam algum tipo de inovação ou introduzem alguma novidade à forma como podem ser preparadas e realizadas entrevistas jornalísticas. Na realidade, nenhuma das estratégias e práticas descritas é exclusiva ou particular deste tipo de jornalismo.

Conforme referido no enquadramento teórico deste relatório, o jornalismo lento é frequentemente associado e comparado a outros tipos de jornalismo, nomeadamente ao jornalismo literário ou Novo Jornalismo, corrente jornalística desenvolvida entre as décadas de 1950 e 1970 (Figueira, 2019; Rosique-Cedillo & Barranquero-Carretero, 2015). Atendendo a esta associação de correntes jornalísticas a um determinado contexto histórico, Mendes & Marinho (2022) afirmam que o contexto atual — da velocidade como norma de produção e o estado de crise que marca a atividade jornalística — representa, para muitos autores, a justificação para a emergência do jornalismo lento como corrente ou movimento distinto dos demais.

Apesar de o movimento promover práticas e processos jornalísticos que são frequentemente negligenciados, a maioria destes não são únicos do jornalismo lento. Dar o tempo necessário ao entrevistado para que possa expressar o seu ponto de vista, ouvi-lo com a curiosidade que é inerente e que move a atividade jornalística, promover o respeito e o tratamento ético das fontes, aprofundar os temas e procurar conhecer a fundo os entrevistados, não são práticas jornalísticas inovadoras. Os traços distintivos deste tipo de jornalismo não serão, portanto, este tipo de práticas, mas antes o contexto em que o jornalismo é produzido e os princípios que inspiram a produção e o consumo das matérias jornalísticas. Neste sentido, o jornalismo lento surge como uma contestação à velocidade como norma social e, sobretudo, ao imediatismo enquanto norma, não só de produção, mas também de consumo de trabalhos jornalísticos.

Rosique-Cedillo & Barranquero-Carretero (2015, p. 452) escrevem que a obsessão pela rapidez não deixa espaço para a reflexão e para a análise contextualizada de informações, pelo que a maioria do jornalismo produzido é um jornalismo de consumo fácil, direcionado para um público que carece de tempo para se concentrar e “saborear a informação”. O jornalismo lento contraria também esta tendência, não se esgotando no tempo de qualidade que dispõe para a pesquisa aprofundada das matérias e para o tratamento ético das fontes: o público, para quem o jornalismo é feito, assume também um lugar de destaque neste tipo de jornalismo.

No seio do jornalismo lento, o público é considerado um co-produtor das matérias informativas, quase que numa lógica de empoderamento. O jornalismo lento promove, assim, a consciência plena da responsabilidade social do jornalismo e do seu papel numa sociedade democrática, ao mesmo tempo que incentiva a valorização do tempo e do respeito pela ética e deontologia do jornalismo. No *Gerador*, o empoderamento e consideração pelo público da plataforma surge, sobretudo, através de iniciativas como o *Jornalismo Participativo* e da periodicidade das matérias que são publicadas no *site*. A publicação de apenas uma notícia e de uma entrevista ou reportagem por dia, faz com que as matérias tenham tempo para “respirar” e concede tempo aos leitores para “saborearem” a informação.

Analisando, em retrospectiva, os trabalhos desenvolvidos e a análise feita, percebe-se que o jornalismo lento, no *Gerador*, é aquele que, apesar de ter uma periodicidade definida, não vive sufocado pelo imediatismo ou condicionado pelas datas de publicação. Poder-se-á dizer, talvez, que o jornalismo lento é aquele que tem o privilégio de poder desperdiçar tempo sem considerar que isso o penaliza, mas antes entender que isso o favorece. O jornalismo lento surge como aquele que se preocupa com a profundidade dos temas, independentemente do género jornalístico ou da extensão dos textos escritos: é o jornalismo que se preocupa em explicar, não só as perguntas *O quê? Quem? Onde? e Quando?*, mas também e, sobretudo, o *Porquê?* e o *Como?*, oferecendo o contexto dos eventos e acontecimentos que trata. Neste sentido, a novidade não é alcançada através de se ser o primeiro a noticiar algo, é atingida através da pesquisa aprofundada, que possibilita a descoberta de novas informações.

As reportagens feitas e as personalidades entrevistadas também são reveladoras da forma como o enquadramento do jornalismo lento influencia a escolha dos temas trabalhados: estes não se prendem às temáticas que marcam as pautas noticiosas de cada dia. Mais do que acompanhar a atualidade noticiosa, o jornalismo lento, no contexto do *Gerador*, parece ser movido pelos temas que podem complementar essa atualidade: não se trata de competir com os outros órgãos de comunicação, mas de tratar temas que sejam interessantes e pertinentes para os leitores.

Afigura-se pertinente referir, por último, tal como mencionado nos capítulos anteriores, que a dedicação simultânea a vários trabalhos de profundidade pode prejudicar o tempo de qualidade que é possível conceder a cada um. Aliás, Pedriza (2017) menciona que o jornalismo lento é aquele que promove a monotarefa. É fácil, a partir do momento em que começamos a dedicar-nos a um trabalho, encontrar nele cada vez mais complexidades que exigem um maior foco e atenção, e esta parece ser a norma num órgão de comunicação que produz jornalismo lento. Atendendo ao tamanho reduzido da redação do *Gerador* e ao facto de que a maioria dos trabalhos são desenvolvidos de forma individual, sem uma boa capacidade de organização, não será possível incutir nas matérias a profundidade preconizada. Neste sentido, a fronteira entre o jornalismo lento efetivo e o jornalismo lento como uma tentativa, pode ser ténue.

Conclusão

O presente relatório teve como objetivo perceber de que forma a abordagem de jornalismo lento se materializava no órgão de comunicação social *Gerador*. Através de uma análise aprofundada de três entrevistas realizadas durante os quatro meses de estágio curricular, procurou-se entender o que diferencia a produção jornalística desta plataforma de outros órgãos de comunicação que não se enquadram na conceção de jornalismo lento.

Tantas vezes defendida e preconizada nas conceções existentes deste tipo de produção jornalística, a profundidade foi, de facto, um dos princípios que serviram de mote às entrevistas realizadas. A construção dos guiões foi sempre orientada pelas perguntas que escaparam ou que não foram feitas pelos órgãos de comunicação convencionais, numa lógica de complementaridade. Nas fases de pesquisa, procurou-se sempre prestar atenção aos detalhes e, através deles, construir questões que oferecessem ao público respostas pertinentes e esclarecedoras, que produzissem um impacto a longo prazo e não apenas uma reação no momento de leitura. No decurso das entrevistas, a interpretação da comunicação não verbal dos entrevistados e a promoção do respeito mútuo entre estes e o entrevistador foram também muito importantes para conseguir obter a profundidade pretendida para cada peça jornalística produzida.

Poder-se-á argumentar que nenhuma destas práticas ou princípios introduz qualquer tipo de novidade na atividade jornalística: a pesquisa de profundidade acerca do entrevistado, a construção meticulosa de guiões ou o reconhecimento da importância da comunicação não verbal, não são exclusivos do jornalismo lento. No caso da entrevista jornalística, esta até pode ser sempre entendida como uma oportunidade de aprofundar e conhecer melhor as ideias do entrevistado, independentemente da natureza do *medium*. Até mesmo a produção “lenta” de peças jornalísticas, com a dedicação de tempo de qualidade a cada tema tratado e a cada personalidade entrevistada, não constitui uma prática jornalística que emergiu apenas no século XXI: existe desde os primórdios da atividade jornalística.

Percebe-se, tendo em conta o enquadramento teórico deste relatório, que este tipo de situações, referentes à exclusividade das práticas e princípios defendidos pelo jornalismo lento, são um reflexo das dificuldades de conceptualização e de afirmação que têm acompanhado este tipo de produção jornalística desde que o termo foi mencionado, pela

primeira vez, por Susan Greenberg, em 2007. Ainda assim, vale a pena frisar que o jornalismo lento não se esgota nos processos aprofundados de investigação que antecedem a realização de entrevistas, nem na capacidade de ouvir, sem interrupções, os entrevistados, ou de fazer perguntas que suscitem respostas com profundidade.

A adoção desta abordagem pressupõe o respeito pelo tempo que o jornalismo de qualidade necessita para ser produzido e o respeito pelo trabalho jornalístico. Na conceção de jornalismo lento, os jornalistas não são vistos como meros disseminadores de factos ou como máquinas de produtividade, mas como profissionais que necessitam de tempo, de condições dignas e do devido reconhecimento para que consigam produzir matérias informativas de qualidade. Neste sentido, o tempo que foi concedido, no estágio curricular, para a fase de pesquisa e para a posterior verificação de factos e tratamento de texto foi reveladora desse tipo de dinâmicas.

O respeito e consideração pelos entrevistados assume também um peso significativo neste tipo de produção. Mostrar interesse e disponibilidade, assim como dar o devido espaço e tempo para que os entrevistados se expressem, sem para isso utilizar interrupções sistemáticas ou adotar uma postura adversarial, foram práticas transversais a todas as entrevistas realizadas. Entrevistar movida pelo interesse, mas de forma “desinteressada” afigurou-se também importante: destaca-se a necessidade de ouvir atenciosamente os entrevistados sem os influenciar a proferir a tal citação desejada ou com o objetivo de obter as declarações que vão colher um maior número de partilhas e de visualizações.

Atendendo à responsabilidade social da atividade jornalística, perspetivar os cidadãos como co-produtores que podem contribuir para aprofundar os trabalhos desenvolvidos é também uma das características do jornalismo lento. Neste sentido, destaca-se a iniciativa *Jornalismo Participativo*, promovida pelo *Gerador*, em que os leitores são convidados a sugerir temas que podem dar origem a reportagens elaboradas pelas jornalistas da redação. Além disso, destaca-se também o número de peças publicadas por dia, no *site* da plataforma: através da publicação de apenas uma entrevista ou reportagem por dia, o órgão de comunicação oferece ao seu público o devido tempo para “saborear a informação” e as peças ganham o devido destaque.

Conclui-se que, neste tipo de produção jornalística, a tônica é colocada no respeito: pelos temas, pelo tempo de produção, pelo trabalho do jornalista, pelo ritmo dos entrevistados e pelo interesse dos cidadãos. Para que tenha o potencial de se tornar um movimento ou corrente jornalística diferente das demais, é imperativo ter em conta todos estes aspetos, a par do contexto atual de produção e de consumo das matérias informativas. Dissecar estas dimensões, julgando-as individualmente, subtrai à riqueza desta forma de pensar e de fazer jornalismo. Neste sentido, torna-se necessário entender o jornalismo lento como uma conceção que engloba, em simultâneo, todos estes aspetos: é a combinação destes que pode originar as inovações de que precisa para se afirmar.

Atendendo ao facto de o conceito não se encontrar ainda bem conceptualizado e de ser repetidamente criticado por ser apenas um novo rótulo para velhas práticas, torna-se mais difícil perceber o que diferencia este tipo de produção jornalística das demais. Ainda assim, considera-se que foram atingidos os objetivos pretendidos para este relatório: não se tratou de chegar a conclusões rígidas sobre este tipo de produção jornalística, mas de lançar questões e desenvolver reflexões que possam contribuir para melhor definir os princípios e práticas que promove. Acresce que, apesar destas dificuldades de conceptualização, parece ser consensual entre os académicos e profissionais da comunicação que o jornalismo lento emerge como uma contestação à velocidade que pauta a produção, consumo e disseminação de conteúdos jornalísticos. Tanto a nível internacional como a nível nacional, têm vindo a surgir projetos jornalísticos que se enquadram e se identificam com este tipo de produção. Acredita-se que serão, sobretudo, eles que vão contribuir para que a conceção se afirme.

Bibliografia/Fontes Consultadas

Alejandro, Pittamapulae (2021) “Listening is important Skillset in Journalism” *Journal of Mass Communication & Journalism*. 11(6), 432.

Altman, Elissa (2010) “Move Over Slow Food: Introducing Slow Media” The Huffington Post, www.huffpost.com [3 de agosto de 2023]

Assunção, Luis Fernando; Ehrenberg, Karla Caldas (2016) “Velocidade, Apuração e Credibilidade: provocações e reflexões acerca da prática jornalística na internet” *Estudos de Jornalismo*. 1(5), 49-59.

Briefing (2013) “Vêm aí os Geradores” www.briefing.pt [12 agosto de 2023].

Camponez, Carlos et al. (2020). *Estudo sobre os Efeitos do Estado de Emergência no Jornalismo no Contexto da Pandemia Covid-19. Relatório*. Lisboa: Sopcom.

Camponez, Carlos (2018) “Novas responsabilidades do jornalismo face à liquidificação da profissão: fundamentos normativos, valores, formação” *Media & Jornalismo*. 18(32), 19-30. DOI: https://doi.org/10.14195/2183-5462_32_2

Canavilhas, João (2014) “Hipertextualidade: novas arquiteturas noticiosas” in Canavilhas, João (org.) *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Covilhã: Livros LabCom, 3-24.

Celmer, Matthew (2014) “The Solution to the Dewey/Lippmann Debate” *The Graduate Research Journal*. 1, 49-56.

Corral, Gabriel et al. (2022) “Apuntes para una revisión sistemática sobre el concepto *Slow journalism*. Estudio internacional 2017-2020 en Argentina, Colombia, España y México” *Revista Signo y Pensamiento*. 41. DOI: <https://doi.org/10.11144/Javeriana.syp41.arsc>

Craig, Geoffrey (2016) “Reclaiming Slowness in Journalism” *Journalism Practice*. 10(4), 461-475. DOI: 10.1080/17512786.2015.1100521

Delayed Gratification (2023) “Slow Journalism” www.slow-journalism.com [5 de agosto de 2023]

Deuze, Mark (2005) “What is Journalism? Professional Identity and Ideology of Journalists Reconsidered” *Journalism*. 6(4), 442-464. DOI: [10.1177/1464884905056815](https://doi.org/10.1177/1464884905056815)

Drok, Nico; Hermans, Liesbeth (2016) “Is there a future for slow journalism?” *Journalism Practice*. 10(4), 539-554. DOI: 10.1080/17512786.2015.1102604

Fidalgo, Joaquim (2004) “Jornalistas: um perfil socioprofissional em mudança” *Comunicação e Sociedade*. 5, 63-74. DOI: [https://doi.org/10.17231/comsoc.5\(2004\).1246](https://doi.org/10.17231/comsoc.5(2004).1246)

Figueira, João (2019) “A denúncia política na origem do new journalism: o caso pioneiro de Rodolfo Walsh” *Observatorio (OBS*)*. 13(1), 172-191. DOI: <https://doi.org/10.15847/obsOBS13120191403>

Figueira, João (2015) “O triunfo do jornalismo de comunicação ou a erosão de uma profissão em mudança” *Estudos do Século XX*. (15), 57-75. DOI: http://dx.doi.org/10.14195/1647-8622_15_3

Figueira, João (2009) *Jornalismo em Liberdade*. Coimbra: Almedina.

Freeman, John (2009) “Not So Fast” *The Wall Street Journal*, www.wsj.com [3 de agosto de 2023]

Frezza, Marcia et al. (2009) “Tempo e Espaço na Contemporaneidade: uma Análise a partir de uma Revista Popular de Negócios” *Revista de Administração Contemporânea*. 13(3), 487-503. DOI: <https://doi.org/10.1590/S1415-65552009000300009>

Fumaça (2023) “Estatuto Editorial” fumaca.pt [15 de agosto de 2023]

Garcia, José Luís et al. (2021) “Jornalismo em Estado de Emergência: Uma Análise dos Efeitos da Pandemia Covid-19 nas Relações de Emprego dos Jornalistas” *Comunicação e sociedade*. 39, 269-285. DOI: [https://doi.org/10.17231/comsoc.39\(2021\).3177](https://doi.org/10.17231/comsoc.39(2021).3177)

Gerador (2023) “O Gerador” <https://gerador.eu/> [2 agosto de 2023].

Gerador (2014) “Revista Gerador número um” <https://issuu.com/gerador/docs/revista-gerador-n1> [1 agosto de 2023]

Gess, Harold (2012) “Climate change and the possibility of ‘slow journalism’” *Ecquid Novi: African Journalism Studies*. 33(1), 54-65. DOI: 10.1080/02560054.2011.636828

Greenberg, Susan (2012) “Slow Journalism in the Digital Fast Lane” in Keeble, Richard; Tulloch, John (eds.) *Global Literary Journalism: Exploring the Journalistic Imagination*. EUA: Peter Lang, 381-393.

Greenberg, Susan (2007) “Slow Journalism” Prospect, prospectmagazine.co.uk [5 de agosto de 2023]

Jackson, Taylor Pamela (2009) “News as a Contested Commodity: A Clash of Capitalist and Journalistic Imperatives”, *Journal of Mass Media Ethics*, 24(2-3), 146-163. DOI: <https://doi.org/10.1080/08900520902905349>

Köhler, Benedikt et al. (2010) “The Slow Media Manifesto” *Slow Media*, en.slow-media.net [12 de agosto de 2023]

Kovach, Bill; Rosenstiel, Tom (2004) *Os Elementos do Jornalismo. O que os profissionais do jornalismo devem saber e o público deve exigir*. Porto: Porto Editora.

- Lee, Angela (2015) “Social Media and Speed-Driven Journalism: Expectations and Practices” *International Journal on Media Management*. 17(4), 217-239. DOI: 10.1080/14241277.2015.1107566
- Long Play Media (2023) “Long Play in Brief” www.longplay.fi [5 de agosto de 2023]
- Magazine da Cidade (2014) “Gerador: mais do que uma revista, um movimento de inclusão sociocultural” <http://magazine.guiadacidade.pt/> [12 agosto de 2023].
- Masurier, Megan Le (2016) “Slow Journalism” *Journalism Practice*. 10(4), 439-447. DOI: 10.1080/17512786.2016.1139902
- Masurier, Megan Le (2015) “What is Slow Journalism?” *Journalism Practice*. 9(2), 138-152. DOI: 10.1080/17512786.2014.916471
- Mendes, Inês; Marinho, Sandra (2022) “Slow Journalism: A Systematic Literature Review” *Journalism Practice*. DOI: 10.1080/17512786.2022.2075783
- Miranda, João (2021) “Reivindicações dos profissionais da informação: Uma leitura das conclusões dos quatro Congressos dos Jornalistas Portugueses” *Media & Jornalismo*. 21(39), 15-35. DOI: https://doi.org/10.14195/2183-5462_39_1
- Miranda, João; Gama, Rui (2019) “Os jornalistas portugueses sob o efeito das transformações dos *media*. Traços de uma profissão estratificada” *Análise Social*. 54(230), 154-177. DOI: <https://doi.org/10.31447/as00032573.2019230.07>
- Osnos, Evan (2013) “On Slow Journalism” *The New Yorker*, www.newyorker.com [5 de agosto de 2023]
- Palacios, Marcos (2014) “Memória: Jornalismo, memória e história na era digital” in Canavilhas, João (org.) *Webjornalismo: 7 características que marcam a diferença*. Covilhã: Livros LabCom, 89-110.
- Pedriza, Samia Benaissa (2017) “Slow journalism in the ‘infoxication’ era” *Revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*. 25, 129-148.
- Peñafiel-Saiz, Carmen et al. (2022) “Profile of digital slow journalism audiences in Argentina, Colombia, and Mexico” *Profesional de la información*. (31)3. DOI: <https://doi.org/10.3145/epi.2022.may.07>
- Prazeres, Michelle (2018) “Jornalismo lento – Mapeando tensões entre velocidade e comunicação em ambientes digitais” *PAULUS: Revista de Comunicação da FAPCOM*. 2(4), 125-140. DOI: <http://dx.doi.org/10.31657>
- Quintanilha, Tiago Lima et al. (2020) “Contributo para a construção de uma tipologia de precariedade na profissão de jornalista em Portugal” *International Journal on Working Conditions*. (19), 67-84. DOI: <https://doi.org/10.25762/b1ty-6382>

Rauch, Jennifer (2018) *Why “Slow” is Satisfying, Sustainable, and Smart*. Oxford: University Press.

Rocha, Angelo Eduardo; Rocha, Paula Melani (2021) “Pesquisa aplicada em Realidade Virtual: as particularidades e possibilidades do uso da tecnologia na produção jornalística” *Media & Jornalismo*. 21(38), 39-57. DOI: https://doi.org/10.14195/2183-5462_38_2

Romero-Rodríguez, Luis et al. (2022) “From the Immediacy of the Cybermedia to the Need for Slow Journalism: Experiences from Ibero-America” *Journalism Practice*. 16(8), 1578-1596. DOI: 10.1080/17512786.2020.1870530

Rosique-Cedillo, Gloria; Barranquero-Carretero, Alejandro (2015) “Periodismo lento (*slow journalism*) en la era de la inmediatez. Experiencias en Iberoamérica” *El profesional de la información*. 24(4), 451-462. DOI: <http://dx.doi.org/10.3145/epi.2015.jul.12>

Setenta e Quatro (2023) “Quem Somos” setentaequatro.pt [5 de agosto de 2023]

Schnell, Christiane (2018) “Starving at the Laid Table? Journalism, Digitalization and Corporate Capitalism” *Professions & Professionalism*. 8(3). DOI: <https://doi.org/10.7577/pp.2609>

Shifter (2023) “Sobre Nós” shifter.pt [7 de agosto de 2023]

Slow Movement Portugal (2023) “Slow Movement Portugal” www.slowmovementportugal.com [12 de agosto de 2023]

Slow Food (2023) “About us: Our history” www.slowfood.com [12 de agosto de 2023]

Slow Food (1989) “Slow Food Manifesto” www.slowfood.com [12 de agosto de 2023]

The Correspondent (2023) “Principles” thecorrespondent.com [5 de agosto de 2023]

Waisbord, Silvio (2019) “The vulnerabilities of journalism” *Journalism*. 20(1), 210-213. DOI: 10.177/1464884918809283

Waltz, Igor (2015) “O ‘jornalista sentado’ e condições de produção: considerações sobre práticas profissionais na comunicação em rede” *Leituras do Jornalismo*. 2(4), 116-133.

WBUR (2019) “Want To Know How To Ask Questions? Longtime Journalist Shows How It's Done In New Book” <https://www.wbur.org/> [13 de agosto de 2023]