



**POLITÉCNICO  
DE LEIRIA**

ESCOLA SUPERIOR  
DE EDUCAÇÃO  
E CIÊNCIAS SOCIAIS

# **A noticiabilidade da religião católica na imprensa portuguesa**

Mestrado em Comunicação e Media

Paulo Adriano Jorge dos Santos

Leiria, setembro de 2023



**A noticiabilidade da religião católica  
na imprensa portuguesa**

Mestrado em Comunicação e Media

Paulo Adriano Jorge dos Santos

Dissertação realizada sob a orientação

do professor Paulo Agostinho

Leiria, setembro de 2023

*À Sónia, companheira de uma vida,  
a quem devo as melhores lições práticas de comunicação.  
Dela foi o empurrão para o início desta aventura  
e foi ela o amparo quando o caminho se tornou espinhoso.*

*Ao cardeal D. António Marto,  
pelo apoio desde a primeira hora  
e, sobretudo, por me dar a honra de merecer a sua confiança.*

## Resumo

A relação entre a religião e o jornalismo é um tema complexo que envolve questões de relevância social, influência cultural e poder mediático. Este estudo pretende analisar a forma como a Igreja Católica é representada na imprensa portuguesa a partir do seu papel na sociedade, a sua presença nos media e a sua interação com o jornalismo de proximidade.

No estabelecimento do contexto teórico, explora-se a religião como um fenómeno antropológico e a influência da matriz judaico-cristã na orientação axiológica da sociedade. Também se discute o valor-notícia da religião, aplicando conceitos como o *gatekeeping* e investigando o papel do acontecimento religioso na definição das notícias.

Nesta pesquisa, é dado destaque à importância do catolicismo na vida social e política de Portugal. A metodologia utilizada na análise das notícias sobre a Igreja Católica, incluindo a seleção de peças depois de um processo de recolha de dados.

Os resultados da análise das notícias, exploram o espaço mediático que a Igreja Católica ocupa na imprensa, a importância do género jornalístico na cobertura religiosa, as temáticas privilegiadas e a valorização das notícias através de elementos gráficos e chamadas. Também é feita a descrição dos atores da notícia e a influência das fontes nas narrativas jornalísticas.

As conclusões da pesquisa antecipam algumas pistas para o futuro da relação entre a imprensa e a Igreja Católica, com a explicação do autoconceito da Igreja Católica e a percepção dos media, bem como a estagnação do elenco de atores no fenómeno religioso. Além disso, considera a possibilidade de um Vaticano II por acontecer, refletindo sobre os desafios e oportunidades para a comunicação social católica.

Este trabalho oferece uma análise abrangente da representação da Igreja Católica na imprensa portuguesa, contribuindo para uma melhor compreensão da interseção entre religião e jornalismo no contexto contemporâneo.

## **Abstract**

The relationship between religion and journalism is a complex topic that involves issues of social relevance, cultural influence and media power. This study aims to analyze the way in which the Catholic Church is represented in the Portuguese press based on its role in society, its presence in the media and its interaction with local journalism.

In establishing the theoretical context, religion is explored as an anthropological phenomenon and the influence of the Judeo-Christian matrix on the axiological orientation of society. The news value of religion is also discussed, applying concepts such as gatekeeping and investigating the role of religious events in defining news.

In this research, emphasis is placed on the importance of Catholicism in the social and political life of Portugal. The methodology used to analyze news about the Catholic Church, including the selection of pieces after a data collection process.

The results of the news analysis explore the media space that the Catholic Church occupies in the press, the importance of the journalistic genre in religious coverage, the privileged themes and the valorization of news through graphic elements and headlines. The actors in the news and the influence of sources on journalistic narratives are also described.

The research conclusions provide some clues for the future of the relationship between the press and the Catholic Church, with the explanation of the self-concept of the Catholic Church and the perception of the media, as well as the stagnation of the cast of actors in the religious phenomenon. Furthermore, it considers the possibility of a Vatican II yet to come, reflecting on the challenges and opportunities for Catholic social communication.

This work offers a comprehensive analysis of the representation of the Catholic Church in the Portuguese press, contributing to a better understanding of the intersection between religion and journalism in the contemporary context.

# Índice

<b>AGRADECIMENTOS</b> .....	<b>4</b>
<b>RESUMO</b> .....	<b>5</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>6</b>
<b>ÍNDICE</b> .....	<b>7</b>
<b>LISTA DE TABELAS</b> .....	<b>9</b>
<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>10</b>
A RELEVÂNCIA DA DIMENSÃO RELIGIOSA .....	10
AS PERGUNTAS QUE A IGREJA CATÓLICA FAZ À IMPRENSA .....	13
<b>CAPÍTULO I – A RELIGIÃO E O JORNALISMO</b> .....	<b>17</b>
A RELIGIÃO COMO FENÓMENO ANTROPOLÓGICO .....	17
A PRESENÇA SOCIAL DA MATRIZ JUDAICO-CRISTÃ NA ORIENTAÇÃO MORAL DA SOCIEDADE .....	20
VALOR-NOTÍCIA ENQUANTO PRESENÇA SOCIAL .....	25
O CATOLICISMO EM PORTUGAL .....	26
<i>A imprensa da religião</i> .....	28
OS DISCURSOS MEDIÁTICOS SOBRE A RELIGIÃO.....	29
<i>A presença da religião nos media</i> .....	32
O <i>GATEKEEPING</i> APLICADO À RELIGIÃO .....	33
O VALOR-NOTÍCIA DO ACONTECIMENTO RELIGIOSO.....	35
AS GEOGRAFIAS DO JORNALISMO .....	37
<i>O valor do jornalismo de proximidade</i> .....	37
<i>Os obstáculos da contemporaneidade para o jornalismo</i> .....	38
AS FONTES COMO PONTO DE PARTIDA DE TODA A INFORMAÇÃO .....	38
A COMUNICAÇÃO SOCIAL CATÓLICA: UMA ESPÉCIE EM VIAS DE EXTINÇÃO .....	39
<b>CAPÍTULO II – INVESTIGAR A NOTÍCIA SOBRE A RELIGIÃO CATÓLICA (OPÇÕES METODOLÓGICAS)</b> .....	<b>45</b>
O CATOLICISMO COMO OPÇÃO DE FUNDO.....	45
<i>Papel do catolicismo na vida social e política</i> .....	45
<i>A difusão da fé através do jornalismo</i> .....	46
<i>As mudanças sociais</i> .....	46
REDAÇÃO E DISCUSSÃO DA METODOLOGIA .....	47
OBJETIVOS E QUESTÕES DE INVESTIGAÇÃO .....	48
METODOLOGIA E OPÇÕES .....	48
<i>Corpus de análise</i> .....	48
<i>Processo de recolha de dados</i> .....	52
<i>Critérios de seleção de peças</i> .....	53
<b>CAPÍTULO III – O LUGAR DO CATOLICISMO NA IMPRENSA</b> .....	<b>59</b>

PROCESSO DE ANÁLISE DAS NOTÍCIAS .....	59
O ESPAÇO DO OBJETO DE ESTUDO.....	60
A IMPORTÂNCIA DO GÊNERO JORNALÍSTICO.....	62
AS TEMÁTICAS PRIVILEGIADAS .....	65
A VALORIZAÇÃO DA NOTÍCIA .....	68
<i>Mancha gráfica.....</i>	<i>68</i>
<i>Chamadas .....</i>	<i>70</i>
<i>Elementos gráficos valorativos .....</i>	<i>71</i>
A GEOGRAFIA DOS ACONTECIMENTOS.....	73
OS ATORES DA NOTÍCIA E SUA DESCRIÇÃO .....	74
ANÁLISE DAS FONTES .....	77
A ANÁLISE TEXTUAL E O VALOR-NOTÍCIA .....	79
<i>Cenário eclesial e hierárquico.....</i>	<i>80</i>
<i>Desafios e Controvérsias.....</i>	<i>81</i>
<i>Eventos e liturgia.....</i>	<i>82</i>
<i>Confirmação temática .....</i>	<i>82</i>
<i>Termos dominantes.....</i>	<i>83</i>
<i>Hierarquia eclesial.....</i>	<i>84</i>
<i>Questões controversas e a inevitabilidade de Fátima.....</i>	<i>84</i>
<i>Geografia e eventos.....</i>	<i>84</i>
<i>Acontecimentos marcantes .....</i>	<i>84</i>
ANÁLISE FINAL.....	84
<b>CAPÍTULO IV – A IMPRENSA E A IGREJA: PISTAS PARA O FUTURO .....</b>	<b>88</b>
O AUTO-CONCEITO DA IGREJA CATÓLICA E A PERCEÇÃO DOS MEDIA .....	89
A MEDIAÇÃO E A MEDIATIZAÇÃO .....	92
OS ATORES DO FENÓMENO RELIGIOSO, ELENCO ESTAGNADO .....	96
O VATICANO II POR ACONTECER.....	98
O VASTO TERRITÓRIO ECLESIAL .....	100
UMA POSSÍVEL PROPOSTA DE RELACIONAMENTO FUTURO .....	103
<b>CONCLUSÕES .....</b>	<b>106</b>
<i>A importância do fenómeno religioso .....</i>	<i>106</i>
<i>Preferência pela notícia .....</i>	<i>107</i>
<i>Deontologia jornalística.....</i>	<i>108</i>
<i>Fenómeno Fátima.....</i>	<i>109</i>
<i>Fator periodicidade.....</i>	<i>110</i>
<i>A (in)definição de noticiabilidade.....</i>	<i>111</i>
<i>O posicionamento da Igreja no espaço público .....</i>	<i>112</i>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>116</b>

## Lista de tabelas

Tabela nº 1 - Corpus analisado vs. Seleccionado.....	61
Tabela nº 2 - Média de peças encontradas .....	61
Tabela nº 3 - Distribuição de géneros jornalísticos por publicação .....	64
Tabela nº 4 - Contagem de temas IPTC .....	66
Tabela nº 5 - Média área ocupada por peça.....	69
Tabela nº 6 - Chamadas na primeira .....	71
Tabela nº 7 - Valorização Gráfica .....	72
Tabela nº 8 - Geografia do acontecimento .....	74
Tabela nº 9 – os atores da notícia.....	75
Tabela nº 10 - Género dos atores.....	76
Tabela nº 11 - Faixa etária dos atores.....	77
Tabela nº 12 – Identificação das Fontes.....	78
Tabela nº 13 - Género das fontes.....	78
Tabela nº 14 - Número de Fontes.....	79
Contagem dos 3 termos mais usados em peças com >80%/página: .....	80
Contagem dos 10 termos mais usados em peças com >80%/página: .....	83

# INTRODUÇÃO

## A relevância da dimensão religiosa

Para trabalho final de mestrado propomo-nos realizar uma dissertação na área do jornalismo, subordinada ao tema:

### **A noticiabilidade da religião católica na imprensa**

Com este trabalho pretendemos desenvolver uma investigação na área do jornalismo regional em que, através de uma análise **quantitativa, qualitativa e comparativa** de conteúdos, possamos perceber como tem sido feita a cobertura da temática religiosa nesses meios.

O tema tem, portanto, **duas áreas de trabalho**. Por um lado, dirigimos a nossa atenção para a **imprensa escrita nas suas vertente nacional e regional** e, por outro, focamo-nos numa tipologia de conteúdos com uma especificidade muito própria mesmo que, em termos informativos, requeira um amplo espaço dada a sua importância do ponto de vista socioantropológico. Esta especificidade exige uma especialização aos profissionais da comunicação para poderem fazer o necessário acompanhamento aos eventos que refletem o **fenómeno da religião católica** e compreenderem as linguagens próprias desta área.

*Palavras-chave: noticiabilidade, religião, imprensa, igreja, jornalismo, imprensa, media*

Não será difícil verificar que, na base da escolha deste tema de estudo, existe uma variedade ampla de razões para a sua prossecução. Numa perspetiva mais abrangente da temática proposta, poder-se-á evocar a matriz cristã portuguesa e também europeia que não se pode dissociar das análises que se podem fazer da atualidade social, cultural e política na sua expressão mediática (Lourenço, 2013, p. 9). Neste ponto, não é de ignorar os níveis de participação religiosa da população portuguesa que, mesmo em queda, ainda apresentam números que justificam uma atenção especial. Se tomarmos como referência, por exemplo, os casamentos católicos, verificamos que há um contínuo decréscimo desde 1990 até 2022; em 1990 foram celebradas 51.963 uniões católicas e em 2022, 9.662. Essa tendência de descida verificou algumas exceções: entre 1996 e 1999, 2004 e 2005, 2014

e 2015, e 2020 e 2022 <sup>1</sup>. No entanto, a grande maioria dos portugueses considera-se católica. A evidenciar essa realidade, estão os números dos censos que em 2011 apresentam 7 281 887 portugueses com 15 ou mais anos como sendo católicos <sup>2</sup>. Esse número desceu ligeiramente para 7 043 016 em 2021 <sup>3</sup>. Acrescente-se ainda que

os indicadores parecem apontar para a quebra da frequência de serviços religiosos e da oração. Os motivos para não praticar assentam em três aspetos (os dois primeiros associados à individualização e o último à socialização): falta de tempo, desinteresse/inutilidade da celebração/religião, comportamento de líderes/pessoas religiosas, à sociedade rural tradicional associava-se o domingo, marcado pela sociabilidade comunitária, paroquial e familiar, essencial na reprodução da pertença social e religiosa. (Coutinho, 2019, p. 69)

Todavia, as justificações atrás referidas são demasiado abrangentes quer em termos de atualidade, quer na sua territorialidade: aplicar-se-iam a qualquer estudo em que um dos seus focos fosse o tema da religião. Daí que também seja de todo conveniente procurar razões que lhe dessem mais atualidade que, não sendo despiciendas, também serão fáceis de encontrar. Uma delas é a mediatização do líder da Igreja Católica. O Papa Francisco veio criar um elã comunicativo de tal maneira vigoroso, que trouxe para a agenda mediática assuntos que, doutra forma, arriscavam-se a cair no esquecimento.

Além da adaptação de Francisco às redes sociais, como uma nova maneira de interação com os fiéis, ele também procura se pronunciar acerca das variadas questões políticas e/ou sociais. Esses assuntos de caráter laico são divulgados tanto pela comunicação de massa quanto no ambiente digital. Talvez, as abordagens de temas sociopolíticos possam contribuir para o alcance dos fiéis afastados e do público não-católico, visto que são questões de interesse civil. (Moreira, 2019, p. 128)

E não nos referimos a questões polémicas e fraturantes, mas a outras que, noutros contextos, ficariam reduzidas a um nível de comunicação interna da própria hierarquia, como

---

<sup>1</sup> Dados consultados no portal PORDATA em 15 de setembro de 2023, no seguinte endereço:

<https://www.pordata.pt/db/portugal/ambiente+de+consulta/tabela>

<sup>2</sup> In [https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_indicadores&indOcorrCod=0006396&contexto=bd&selTab=tab2](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0006396&contexto=bd&selTab=tab2) consultado em 15 de setembro de 2023

<sup>3</sup> In [https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine\\_indicadores&indOcorrCod=0011644&contexto=bd&selTab=tab2](https://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_indicadores&indOcorrCod=0011644&contexto=bd&selTab=tab2) consultado em 15 de setembro de 2023

o são algumas temáticas pastorais e disciplinares secundárias. E, obviamente, não nos podemos esquecer mesmo das questões que, atualmente, geram títulos em toda a comunicação social pela controvérsia que produzem. Os mais recentes escândalos da Igreja Católica, como a pedofilia, a corrupção e o *lobismo*, são naturalmente assuntos que estão na ordem do dia e não há forma como colocá-los de lado, ao ponto de poderem ter o seu próprio espaço na imprensa regional.

Finalmente, existe uma razão de peso que faz toda a diferença na dimensão geográfica do nosso estudo: a proximidade de Fátima. Presumimos que o fenómeno que nasceu na Cova da Iria há 100 anos e se desenvolveu ao ponto de o tornar internacional tanto em aspetos religiosos como turísticos, não seja ignorado — antes pelo contrário — pela imprensa dita generalista.

A história de Fátima não fez parte da restauração de um catolicismo tradicional, mas da emergência de um novo catolicismo, que, tal como estava a acontecer no resto da Europa ocidental, iria ser protagonizado por uma Igreja muito diferente da Igreja do século XIX. O contraste de opiniões entre os católicos é, a esse respeito, sugestivo. (Ramos, 2017, p.151)

E falar de Fátima implicará necessariamente abordar a celebração em 2017 do seu centenário, da visita do Papa Francisco, da canonização dos pastorinhos e de toda a produção noticiosa que se gerou com essas oportunidades. Ademais, a evolução e democratização dos canais de comunicação e a sua efetiva utilização por grupos e movimentos religiosos, criaram oportunidade para a exploração de fontes noticiosas.

É importante referir que, nos últimos anos, os *media* têm passado por transformações significativas e isso afeta o ponto de vista da sua relação com a Igreja. O avanço tecnológico desempenhou um papel crucial, com a transição dos formatos físicos para os digitais (Pinto, 2007, p. 3). O consumo de notícias *online* e em dispositivos móveis transformou-se num hábito diário, que obrigou a uma redefinição dos modelos de negócios das empresas de comunicação. Também as redes sociais emergiram como poderosas plataformas de disseminação de informação, desafiando a tradicional autoridade dos meios de comunicação. Esta evolução tem influenciado as estratégias de comunicação da religião, com um foco crescente na produção de conteúdo digital e na interação com as audiências nas

redes sociais. A adaptação a essas mudanças tem sido essencial para a relevância contínua dos *media* na era digital.

A explosão da internet, enquanto ferramenta de produção e consumo de *media*, veio impor novos desafios a uma imprensa que já lutava contra um dos mais baixos índices de leitura da Europa. Três tendências foram ganhando espaço. A segmentação de mercado e o crescimento dos títulos especializados, sobretudo na área da economia e no campo das revistas. Depois, se os jornais tradicionais enfrentaram uma erosão ao nível das vendas em papel – 2005 fica na história como o pior registo dos últimos 15 anos com a perda de 26 mil leitores a afetar sobretudo os generalistas – novos conceitos de negócio surgiram na rede. (Pinto, 2007, p. 3).

## **As perguntas que a Igreja Católica faz à imprensa**

Com o presente estudo, há uma grande pergunta a que gostaríamos de responder e que sintetiza o seu objetivo principal:

- **Que espaço dá a imprensa regional comparativamente à nacional ao tema da religião?**

A resposta a esta pergunta tentará ser dada de forma objetiva através da quantificação desse mesmo espaço, conforme exposto mais à frente na metodologia aplicar. Não será, pois, de estranhar que, tendo como ponto de partida esta questão, logo outras surgirão no seu encaixe e que se aferirão de uma análise dos dados recolhidos. Por não ser possível definir um critério de identificação de recolha de dados que seja estanque, teremos presente uma categorização dos conteúdos por forma a responder a questões como:

- Que tipo de conteúdos, no que toca à sua forma, disponibiliza a imprensa sobre a temática religiosa? Notícia? Reportagem? Opinião?
- Qual a importância, numa lógica de distribuição espacial, dada à temática religiosa? Ou, se quisermos, qual o volume da mancha gráfica ocupada por essa temática?
- Qual o tom usado nas peças encontradas?
- Estando o fenómeno “Fátima” tão perto, qual o seu peso nos resultados encontrados?

Estas perguntas conduzem ao conceito que está em destaque no nosso tema de estudo, o da noticiabilidade, tentando responder a questões como:

- Que critérios tornam uma informação publicável?
- Por que razão, determinados acontecimentos são considerados interessantes para serem transformados em notícia?
- Quem define a noticiabilidade? A fonte? O jornalista? A equipa redatorial? O público?

Como seria expectável, ou não estivéssemos a falar de jornalismo seja qual for a sua abrangência tanto territorial como temática, será inevitável fazer uma abordagem de uma das questões centrais dessa atividade: as fontes. Estas assumem o grande papel da construção enquanto construtoras das opções editoriais e dos formatos informativos. Será interessante também fazer uma abordagem neste particular e tentar descortinar que fontes poderão estar na origem dos conteúdos de âmbito religioso.

A partir do tema proposto para investigação, é definido o primeiro objetivo:

- Identificar os conteúdos passíveis de serem caracterizados como alusivos à religião ou ao fenómeno religioso.

Nesta formulação é visível uma preocupação imediata pela quantificação dos produtos informativos, enquanto integrantes da temática religiosa. Todavia, para chegarmos a essa objetivação, consideramos haver toda uma paleta de considerações a fazer nomeadamente no que diz respeito à categorização desses mesmos produtos. Para resolver essa equação, consideramos o seguinte objetivo secundário que auxiliará na prossecução dos nossos intentos:

- Criar critérios para a categorização de conteúdos alusivos à religião.

Portanto, ao chegarmos ao fim do nosso estudo, para além de termos um levantamento do espaço ocupado pela temática da religião, pretendemos fazer uma caracterização aprofundada desses mesmos espaços.

A relação entre a Igreja Católica e a imprensa escrita é complexa e multifacetada, e levanta questões importantes sobre as formas como a Igreja pode utilizar os *media* para divulgar a sua mensagem e se envolver com o público.

Ao longo dos anos, a Igreja desenvolveu estratégias de comunicação que envolvem a publicação de documentos, editoriais e artigos em jornais e revistas católicas, bem como nos meios de comunicação seculares. Essas publicações tiveram e têm como objetivo a transmissão dos conteúdos próprios da organização, a promoção da fé e de orientação espiritual.

É interessante verificar como os temas e tópicos abordados pela Igreja Católica na imprensa escrita têm evoluído ao longo do tempo. Questões como moralidade, ética, vida familiar e social são frequentemente discutidas, mas o ênfase pode variar em função das necessidades e desafios da sociedade nos diferentes períodos históricos.

A cobertura de eventos e notícias relacionados com a Igreja Católica pela imprensa escrita é merecedora de análise. Isto inclui eventos significativos, como pode ser a eleição de um novo Papa ou questões doutrinárias controversas. A maneira como a imprensa escrita influencia a percepção pública desses eventos e como a Igreja responde a essa cobertura são pontos importantes nas considerações a fazer.

Outra questão relevante é como a Igreja Católica lida com críticas e controvérsias na imprensa escrita e quais são as estratégias de comunicação utilizadas para abordar essas situações delicadas. A Igreja tem enfrentado desafios em relação a escândalos e críticas, e a forma como ela comunica e se defende é um aspeto decisivo na sua relação com a sociedade.

Com a era digital e as redes sociais, surgem desafios e oportunidades na relação entre a Igreja Católica e a imprensa escrita ou mediada. Como a Igreja adapta a sua comunicação à era digital e como lida com as mudanças na maneira como as notícias são disseminadas são tópicos em constante evolução.

A promoção dos valores da Igreja Católica através da imprensa escrita também é um elemento importante, assim como a abordagem da Igreja em relação a temas sociais, políticos e culturais.

Um dos aspetos da colaboração bem-sucedida entre a Igreja Católica e a imprensa escrita está relacionado com projetos de educação, caridade ou promoção de causas sociais. Essas colaborações podem ilustrar a influência positiva que a Igreja e a imprensa podem ter quando trabalham juntas em favor do bem comum.

A oportunidade deste estudo passa também por perceber a relação entre a imprensa e a Igreja Católica, com o objetivo de apontar pistas para o futuro. Esta perspetiva abordará o conflito latente entre o conceito que a Igreja Católica tem de si própria e a “perceção” que os *media* têm dela. Esta divergência subjacente pode ser uma peça-chave para entender a dinâmica da comunicação religiosa e as possíveis direções para o futuro num relacionamento mais profícuo com os *media*. Este “auto-conceito” da Igreja Católica representa a sua própria imagem, a sua missão e a sua visão sobre o seu papel na sociedade e na comunicação religiosa. Por outro lado, a “perceção” dos *media* é a forma como a Igreja é retratada e interpretada pelos meios de comunicação, incluindo a imprensa. O conflito entre esses dois elementos muitas vezes dá lugar a desafios significativos na relação entre a Igreja e a imprensa.

A compreensão das diferenças entre os conceitos de “mediação” e “mediatização” também é crucial para perceber como a Igreja Católica comunica com o mundo. A "

“mediação” refere-se ao papel tradicional da Igreja na interpretação e disseminação da fé, enquanto a “mediatização” implica a adaptação da mensagem religiosa aos meios de comunicação modernos. Neste contexto, é importante considerar como a Igreja equilibra a sua tradição e doutrina com as exigências da comunicação no século XXI, onde os *media* desempenham um papel central na formação da opinião pública.

Os “atores do fenómeno religioso” são elementos-chave nesta relação. A Igreja Católica é composta por um vasto conjunto de atores, desde líderes religiosos a membros da comunidade, que desempenham papéis diversos na comunicação religiosa. É fundamental analisar se esse elenco de atores está a estagnar ou a evoluir na sua capacidade de se relacionar com a imprensa e com os *media* em geral. A diversidade de vozes e perspetivas dentro da Igreja é uma consideração relevante.

# Capítulo I – A RELIGIÃO E O JORNALISMO

## A religião como fenômeno antropológico

Ainda antes de fazer a abordagem do catolicismo enquanto religião para percebermos o seu impacto nos critérios jornalísticos e nas opções editoriais, será necessário ter em conta a importância do fenômeno religioso em geral ao longo da história humana e ter uma perspectiva antropológica da sua presença. Essa mesma história humana compreende dois conceitos: por um lado é referência à humanidade enquanto conjunto de homens e mulheres que, em sociedade, atravessam os séculos da história a partir do momento em que esta pode ser estudada; por outro lado, é alusão à história de cada indivíduo. A antropologia que, no nosso caso, se refere à religião, abrange os dois conceitos, embora do ponto de vista social, Mircea Eliade, que estuda a religião como fenômeno antropológico de relevância, refira a importância do fenômeno religioso no próprio indivíduo e relaciona diretamente a sua existência biológica com os tempos dos ritos religiosos:

Quando acaba de nascer, a criança só dispõe de uma existência física; não é ainda reconhecida pela família, nem recebida pela comunidade. São os ritos que se efetuam imediatamente após o parto que conferem ao recém-nascido o estatuto de 'vivo' propriamente dito; é somente graças a estes ritos que ele fica integrado na comunidade dos vivos. (Eliade, 1972; 89)

Esta experiência de comunidade para caracterizar a pertença do indivíduo a ela própria é analisada na base de uma experiência religiosa que se vive através do rito. É por isso que, para M. Eliade, comunidade e religião para além de serem um binómio inseparável, atravessam os séculos com a importância que lhe é atribuída pela consistência. Essa consistência, que perdura na história humana, é inerente a cada indivíduo, desde o nascimento até à morte, que, tanto ou mais que o primeiro, é um acontecimento que marca a sua integração social:

No que diz respeito à morte, os ritos são tanto mais complexos quanto se trata não somente de um 'fenômeno natural', mas também de uma mudança social: o morto deve enfrentar certas provas post-mortem e ser reconhecido pela comunidade dos mortos e aceite entre eles (Eliade, 1972; 89).

Para o homem, o conhecimento do sagrado é uma manifestação de algo distinguível do profano. Mesmo que a percepção dessas manifestações tenha inúmeras variações ao longo do tempo e nos diversos lugares, isso é, no entanto, uma constante que caracteriza o ser humano. A estupefação diante do desconhecido ou do ininteligível é terreno propício para a elaboração de contextos de sacralização e de sobrenaturalidade que se traduzem em rituais de veneração (Eliade, 1972; 13).

Émile Durkheim (1989) complementa esta ideia com a conceptualização do totemismo enquanto representações visuais e físicas do sagrado. E corrobora a ideia de que o comunitário prevalece sobre o individual e é no contexto societário que a religião adquire importância (Durkheim, 1989; 189). Outra constatação do filósofo tem a ver com as próprias forças da natureza que, dada a falta de pensamento científico, foram consideradas, em determinado período da história, fatores de ordem religiosa e, por isso, do domínio do sobrenatural.

O que encontramos na origem e na base do pensamento religioso não são objetos ou seres determinados e distintos que possuem por si próprios um caráter sagrado, mas sim poderes indefinidos, forças anónimas, mais ou menos numerosas conforme as sociedades, às vezes até reduzidas à unidade, cuja impessoalidade é estritamente comparável à das forças físicas que têm suas manifestações estudadas pelas ciências da natureza. Quanto às coisas sagradas particulares, são apenas formas individualizadas desse princípio essencial. Portanto, não é surpreendente que, mesmo nas religiões em que existem divindades reconhecidas, haja ritos que possuem uma virtude eficaz em si mesmos e independentemente de toda intervenção divina. (Durkheim, 1989; 203)

O mesmo se aplica à própria geografia e à cosmologia da qual Durkheim se serve para explicar o nascimento das ciências naturais e filosóficas. Ou seja, o fenómeno religioso antecipou o método científico e serviu para explicar conceitos que hoje são óbvios e consensuais.

Sabemos, desde há muito tempo, que os primeiros sistemas de representações que não seja, ao mesmo tempo, a cosmologia e especulação sobre o divino. Se a filosofia e as ciências nasceram da religião é porque a própria religião, no princípio, fazia as vezes de ciência e de filosofia. (Durkheim, 1989; 37)

Uma das narrativas mais comuns às diversas religiões e que ainda hoje subsistem mesmo que com interpretações diferentes, é a da criação do mundo ou do universo, como fator originário do fenómeno religioso.

Toda história mítica que relata a origem de alguma coisa pressupõe e prolonga a cosmogonia. Do ponto de vista da estrutura, os mitos de origem homologam-se ao mito cosmogônico. Sendo a criação do Mundo a criação por excelência, a cosmogonia torna-se o modelo exemplar para toda a espécie de "criação". (Eliade, 1972; 20)

Para o homem, "a simples contemplação da abóbada celeste é suficiente para desencadear uma experiência religiosa" (Eliade, 1972; 60) e "a história dos Seres supremos de estrutura celeste é de grande importância para a compreensão da história religiosa da humanidade como um todo" (idem; 61).

Embora a onnipresença da religião na humanidade seja vista naturalmente como um elemento de cariz espiritual, há que considerá-la, pelas formas que assume nas diversas sociedades, como um conjunto de técnicas que permitem ao ser humano uma melhor e mais confiante relação com o mundo (Durkheim, 1989; 192s). Essa evidência é transversal a todas as religiões e nelas se inclui o próprio cristianismo que assume Deus como "o guardião da ordem física, assim como o legislador e o juiz da conduta humana" (ibidem). Depreender-se-á que a materialização da divindade é, em certos aspetos, uma criação humana da qual se torna dependente, pois, "quer se trate de uma personalidade consciente, como Zeus ou Jeová, quer de forças abstratas, como aquelas postas em ação no totemismo, o fiel, em ambos os casos, se crê obrigado a certas maneiras de agir que lhe são impostas pela natureza do princípio sagrado com o qual se sente em contacto" (Durkheim, 1989; 211). Tem uma natureza própria que o homem assume como diferente da sua e com fins diferentes dos seus. Curiosamente, carece da intervenção da humanidade para cumpri-los (ibidem), pese, embora, ser uma autoridade da qual depende e "sobre a qual se apoia-a nossa força" (Durkheim, 1989; 214)

O homem que obedeceu ao seu deus e que, por essa razão, acredita tê-lo consigo, aborda o mundo com confiança e com o sentimento de uma energia acrescida. Do mesmo modo, a ação social não se limita a reclamar de nós sacrifícios, privações e esforços. Pois a força coletiva não nos é inteiramente exterior; não nos move apenas de fora; como a sociedade não pode existir senão nas consciências individuais e por elas, é preciso que ela penetre e se organize em nós; toma-se, assim, parte integrante de nosso ser e, por isso mesmo, eleva-o e o faz crescer. (ibidem)

Ainda que algumas correntes da sociologia tenham proclamado o "declínio da religião" no início do século XXI, é notória a persistência do elemento religioso nas sociedades

contemporâneas e essa presença revela-se historicamente como um fenômeno intrínseco à construção da vida quotidiana e à fundamentação e origem das culturas (Gómez, 2004, p. 11). A existência do aspeto religioso é inegável. Como diz Gómez,

podemos dizer que a primeira experiência do ser humano é a consciência da realidade externa na qual ele vive. Dentro dessa consciência, o homem, como veremos mais adiante ao discutir a "realidade simbólica", não se contenta com apenas "estar" no mundo. Ele preocupa-se em dominar e melhorar o seu ambiente. Na verdade, o que a ação humana realiza é um ato de interpretação, através do qual se atribui significado às coisas que existem ao seu redor. (Gómez, 2004, p. 13).

É por isso que o autor considera, a partir desta perspectiva, poder elaborar uma definição de religião como construções simbólicas criadas pelos grupos humanos para se relacionarem com o que faz parte de "outra realidade" para além da terrena, acarretando consequências práticas e concretas no comportamento do presente (Gómez, 2004, p. 15).

Oliveira confirma que os antropólogos reconhecem que quando a experiência religiosa se transforma numa religião institucional, só pode ser compreendida no contexto de uma cultura (J. L. M. de Oliveira, n.d.). Portanto, pode-se afirmar que a religião é tanto um sistema de representação, mas mais um sistema cultural e configura-se como uma rede de símbolos, com fronteiras claramente definidas, acompanhada de textos e normas.

## **A presença social da matriz judaico-cristã na orientação moral da sociedade**

Durkheim (1989; 247) afirma que as crenças religiosas transformaram o mundo tal como ele é percebido pelos sentidos. Para ele, a lógica do pensamento religioso não difere muito da do pensamento científico (250) por terem os mesmos elementos essenciais que apenas são desenvolvidos de maneira diferente. No entanto, considera que a religião é sobretudo um fenômeno social.

As representações religiosas são representações coletivas que exprimem realidades coletivas; os ritos são maneiras de agir que surgem unicamente no seio de grupos reunidos e que se destinam a suscitar, a manter, ou a refazer certos estados mentais desses grupos. (Durkheim, 1989; 38)

Durkheim acrescenta ainda que as forças religiosas são forças humanas que se desenvolvem no plano moral (1989; 496).

Não pode haver sociedade que não sinta a necessidade de conservar e reafirmar, a intervalos regulares, os sentimentos coletivos e as ideias coletivas que constituem a sua unidade e a sua personalidade. Ora essa restauração moral só pode ser obtida por meio de reuniões, assembleias, congregações onde os indivíduos, muito próximos uns dos outros, reafirmam em comum os seus sentimentos comuns. Daí cerimónias que, pelo seu objetivo, pelos resultados que produzem, pelos procedimentos que empregam, não diferem, quanto à natureza, das cerimónias propriamente religiosas. (Durkheim, 1989; 505)

Aqui chegamos ao ponto em que se evidencia a presença da matriz judaico-cristã na base da construção do mundo moderno e, de maneira muito especial, da civilização ocidental. Aos dois mil anos de história desde a fundação do cristianismo e de todas as peripécias que o tornaram na maior religião do planeta, acrescem-se os quatro milénios que lhe antecedem e que são também base cultural e moral das três religiões do livro. Paradoxalmente, o que também servirá como constatação da matriz judaico-cristã, o tema foi amplamente debatido no que diz respeito à sua presença na vulgarmente chamada constituição europeia. No entender de Geary (2013; 25), isso talvez se deva à sua comparação imanente com o mito classicizante como sendo a base de uma cultura que lhes é comum. Mas é também o mesmo autor que afirma que “os cristãos europeus, pelo menos a partir do séc. IX, não tinham dúvidas sobre qual origem preferiam: entre romanos e bárbaros, a sua identidade estava intimamente ligada à dos romanos, enquanto a identidade bárbara foi crescentemente deslocada dos estados da Europa pós-romana para as sociedades romanas ou muçulmanas nos limites deste mundo em rápida expansão” (Geary, 2013; 29). E vai ainda mais longe:

Além disso, as diversas “nationes” eram, cada vez mais, percebidas como não mais do que subgrupos do grande “populus christianus”, o povo cristão, que segundo a perspectiva eclesiástica romana deveria ser governado por Roma. (Geary, 2013; 29)

É bem verdade que o estudo da História europeia do mais recente milénio permite afirmar que o cristianismo foi “a fonte ideológica para o tipo de intolerância, repressão de mulheres e minorias e políticas iliberais que os europeus criticam no Islão dos nossos dias”

(Geary, 2013; 32), o que levou a uma progressiva rejeição nos tempos modernos. Todavia, a Europa da Idade Média é a mesma da cristandade ocidental, à falta de alternativas em termos de valores identitários (Jesus, 2015; 30). Portanto, seria normal a existência de uma facção que “ambicionasse a adoção no preâmbulo do Tratado que estabelecia uma Constituição para a Europa de uma expressa referência a “Deus” e/ou destaque a uma herança judaico-cristã, legado espiritual/religioso que consideram dispor supostamente o velho continente” (Jesus, 2015; 44).

Também parece evidente que na organização social existem elementos resultantes da presença do cristianismo como é, por exemplo “a escolha do domingo como dia de descanso semanal tem origem e contornos religiosos, dado que é considerado pelos que professam a fé cristã como “dia sagrado do Senhor”, de celebração e adoração religiosa” (Jesus, 2015; 44). Mas, no que diz respeito à referência a Deus no texto da constituição, parece que isso traria algumas consequências jurídicas aparentemente insanáveis, sobretudo por exigir um “fundamento religioso de fidelidade judaico-cristã” (118). Desta forma, foram goradas todas as intenções

de inscrever uma menção a “Deus” e/ou destacar a herança judaico-cristã da Europa, consagra no seu § 2 a referida inspiração num património cultural, religioso e humanista da Europa, salientando inclusive que foi no âmbito desta fonte inspirativa que emanaram os valores universais que são os direitos invioláveis e inalienáveis da pessoa humana, bem como a liberdade, a democracia, a igualdade e o Estado de direito, texto com correspondência integral no preâmbulo do Tratado de União Europeia, na atual versão definida pelo Tratado de Lisboa. (Jesus, 2015; 120)

O que não significa, antes pelo contrário, que a Europa não deva, de maneira evidente, a sua estrutura social e cultural à matriz religiosa judaico-cristã. É por isso que Matias afirma que a questão da cultura na Europa pode ser abordada como a cultura que deu origem ao Velho Continente, destacando-se como uma civilização excecional, marcada pelo racionalismo, democracia, humanismo e pela síntese das tradições judaico-cristãs (Maria & Matias, 2009, p. 9).

Lourenço (2013) desenvolve este raciocínio argumentando que a Europa se encontra hoje em vias de descristianização no que diz respeito à sua sociologia e que, por isso também não fazia sentido a referência à cultura judaica.

Quanto à inspiração cristã, numa Europa hoje em vias de descristianização, sociologicamente falando, também encontrou grandes resistências e foi igualmente recusada (e nesta mesma linha de raciocínio seria escandaloso manter em exclusivo as raízes judaicas). (Lourenço, 2013; 9)

A par disso, Joseph Ratzinger reafirma essa mesma herança cristã, de uma Europa moldada pelo cristianismo (Ratzinger, 2005; 170), ainda mais do que pela própria cultura judaica.

O Estado não pode decidir a sexta-feira para os muçulmanos, o sábado para os judeus, ou o domingo para os cristãos, como dias feriados. Terá de optar por uma ordem global do tempo e depois perguntar quais as preferências. Não são as grandes festas - Natal, Páscoa, Pentecostes - sinais da identidade da nossa cultura? (Joseph Ratzinger, 2005; 173)

Também Carvajal alude à ausência de palavras como Deus e cristianismo no rascunho da Convenção que opta por fazer “apenas referência à ‘inspiração das heranças culturais, religiosas e humanistas de Europa’, separando estas três realidades como se não estivessem relacionadas entre si” (Carvajal, 2003; 184). Ademais, afirma perentoriamente que “não reconhecer a centralidade do cristianismo na nossa civilização parece ridículo e leva, além disso, a não afrontar o passado da Europa” (Carvajal, 2003; 184), pois

a influência cristã na identidade europeia é enorme e hoje é ainda importante como cultura religiosa dominante. Mesmo muitos elementos não-cristãos ou secularizados da cultura atual europeia devem ser entendidos em relação a um passado cristão: ‘O predomínio histórico da influência cristã produziu, além disso, um sofisticado efeito dialéctico; grande parte da arte não-cristã realizou-se em oposição à sua influência dominante e está em consequência indissoluvelmente ligado a ela, até chegar a ser incompreensível fora de tal contexto. (Carvajal, 2003; 184)

E conclui que

esta visão do pluralismo choca com a resistência em reconhecer o cristianismo como um dos elementos centrais no desenvolvimento da civilização europeia, uma atitude de recusa que Weiler chega a qualificar como ‘cristofobia’. (Carvajal, 2003; 187)

No caso específico de Portugal, embora em 1910 o Diário do Governo tenha publicado o decreto de extinção do ensino da doutrina cristã nas escolas (Santos, 2015; 17), mais tarde, em 1936, em plena ditadura, este decreto é substituído pela Lei n.º 1.941 de 11 de abril que determina que “em todas as escolas públicas de ensino primário, infantil e elementar

existirá, por detrás e acima da cadeira do professor, um crucifixo, como símbolo da educação cristã, determinada pela Constituição” (Santos, 2015; 27). Como bem sabemos, com a Revolução de Abril e o fim do Estado Novo, retomou-se o processo de laicização que é hoje o estabelecido. O que não significa que a Igreja Católica não continue a ter uma preponderância evidente e que, sociologicamente, a presença do cristianismo não continue a ter uma forte implantação relativa.

É curioso ainda constatar que o humanismo que hoje orienta os princípios fundadores da Europa “estrutura-se com base no Cristianismo e não em oposição ao mundo cristão” (Nantes, 2018; 20). Nantes vai ainda mais longe e determina que

Se a cultura ocidental é forjada a partir dos substratos judaico-cristãos, podemos afirmar que esses mesmos elementos estão presentes na formação do humanismo (Nantes, 2018; 23).

Assim,

Se o Cristianismo está para a cultura e esta para o texto literário, não nos parece incoerente afirmar que a literatura segue as pegadas do legado deixado pelas escrituras sagradas. (Nantes, 2018; 23)

De acordo com este autor, o processo de influência entre o Cristianismo e a cultura grega é um fenómeno bidirecional, em que as duas culturas se afetam mutuamente. “Desta forma é possível falar de um cristianismo helenizado e de um mundo grego cristianizado”(Nantes, 2018; 25). Não se pode depreender desta conclusão que os europeus sejam necessariamente leitores da Bíblia e professem a fé cristã. Outrossim, e isso é o que se depreende, “o mundo ocidental está forjado, entre outros elementos, com os ideais e nos moldes do cristianismo e que a literatura não se furta a tal enquadramento cultural/idiosincrático” (Nantes, 2018; 32).

Finalmente, faz uma referência a Slavoj Žižek (2015), para quem “existe um imenso e autêntico legado cristão que não deve ser esquecido; por intermédio desta religião é possível estruturar um pensamento atual para a cultura e seus elementos, como a literatura e as coisas das artes em geral” (Nantes, 2018; 32).

## **Valor-notícia enquanto presença social**

Uma das características do jornalismo é a capacidade de ser porta-voz dos princípios e valores que a sociedade consensualmente preconiza. Ele próprio, numa simbiose que se explicará por alguns efeitos de comunicação, pode ser causa do estabelecimento de modelos morais e comportamentais. É isso que Schwartz tenta explicar quando afirma que “os meios de comunicação são omniscientes, fornecendo conhecimentos, provocando emoções e estabelecendo uma moral comum” (Schwartz, 1985, 20). Os media “afetam profundamente as atitudes da comunidade, as estruturas políticas e o estado psicológico de todo um país” (ibidem). É por isso que “à maneira de Deus, os media podem alterar o curso de uma guerra, arrasar um presidente ou um rei, elevar os humildes e humilhar os orgulhosos”. Esta “deificação” dos meios de comunicação no sentido de que pode orientar maneiras de ser e de estar que se estendem à sociedade, permite afirmar que eles estão em toda a parte e em parte alguma, são um espírito, uma entidade incorpórea que não ocupa espaço e, ao mesmo tempo, ocupa todo o espaço, numa implícita alusão ao universo orwelliano (Schwartz, 1985, p. 20).

Leão Serva (1997) vai ainda mais longe ao acusar a imprensa de se comportar como deus:

diante do caos primordial, ela organiza! Aos editores, como aos deuses, nada é caótico, tudo faz parte de um plano anterior, todos os factos cabem, portanto, em um enredo pré-traçado, são páginas de um romance cujo enredo nós, leitores, desconhecemos, mas os autores, como os próprios deuses, conhecem ou podem explicar. É assim que se comportam os jornalistas, ou os jornais, já que o rito ultrapassa a ação de cada um de seus autores. (Serva, 1997; 121)

Não admira, pois, que Bowman e Woolf (1998:18) sejam claros no entendimento da relação entre a cultura escrita e o poder, especialmente nas comunidades judaico-cristãs (Custódio, 2006; 41).

Entre os judeus, segundo eles, “o próprio ato de escrever um texto sacro poderia atribuir status e poder ao escriba”. Parte desse valor sagrado passou ao inconsciente cristão, como apontam os autores: Os livros passaram a integrar o imaginário da Igreja primitiva. A autoridade desses textos derivava da sua origem sagrada e do seu valor como guias à correta forma de vida, mas seu uso nas disputas pelo poder, entre os eruditos bizantinos ou entre os primeiros bispos cristãos, deve ter reforçado ainda mais seu status. A sua interpretação das Sagradas Escrituras era tão importante para toda

a comunidade que os rabinos, sacerdotes e bispos ganhavam autoridade como leitores e intérpretes especializados, enquanto alguns escritos exegéticos adquiriram status como autoridades secundárias. (Custódio, 2006; 41).

Na linha deste pensamento, é natural entender que a imprensa adote como valor-notícia acontecimentos que reflitam, de alguma forma, sobre a presença social das instituições. Neste campo, a religião em geral e a Igreja Católica em particular, sobretudo numa cultura como a portuguesa, determinam um importante espaço nos *media* já que a sua atividade, que tem origem na sua própria fundação, tem um cunho fortemente social e que se evidencia na atenção que dá a determinadas franjas da sociedade que são consideradas mais marginalizadas. Dito por outras palavras, a ação social que caracteriza a religião e as suas práticas são um importante valor que frequentemente leva a organização a ser notícia.

Neste particular podemos ainda fazer uma referência ao jornalismo de causas como fator de decisão para as redações na hora escolher os temas a tratar.

Para LOPES (2004: 115), o legado judaico-cristão que fundamenta a tradição da cultura ocidental encontra eco no sentido moralizador que os media impõem com grande apelo social, “pelo menos para o público que o consome, que certamente imagina ou finge acreditar que o mundo da vida é divisível entre o céu e o inferno, homens bons e maus”. Trata-se de uma questão de crença, segundo o autor. (Custódio, 2006; 194)

## **O catolicismo em Portugal**

Na abordagem do tema da religião num país como Portugal, não nos podemos dissociar do facto de ser um país que, na sua matriz histórica e cultural, com um forte cunho de influência. O catolicismo está presente desde os seus anos fundacionais e esta omnipresença tem, definitivamente, influência em todas as áreas da sociedade portuguesa.

Socorremo-nos de dois levantamentos estatísticos para comprovar esta importância. Nos Censos de 2011, à pergunta sobre religião foi contabilizada uma percentagem de população católica de 81%, sendo que este valor corresponde a 95,4% das pessoas que afirmavam pertencer a uma religião. Por outro lado, nas respostas obtidas nestes Censos a esta questão, apenas 6,8% afirmaram não pertencer a nenhuma religião. Paralelamente aos Censos de 2011, foi feito um estudo em 2012 pelo Centro de Estudos e Sondagens de Opinião da Universidade Católica Portuguesa (Teixeira, 2012) que contabilizava 14,2%

de respostas “sem religião”. Embora as discrepâncias dos valores neste item sejam evidentes, a percentagem de católicos é praticamente igual: 79,5% do total das respostas; 93,3% do total das respostas que afirmavam ter religião).

Estes números evidenciam a forte presença da religião, nomeadamente a Católica, em Portugal e explica o seu “papel central na cultura e na implementação de valores entre os cidadãos” (Silva, 2013: 34). Não se pode, no entanto, aferir muito mais do que isso pois, como afirma Silva “o conceito de cultura é dinâmico pois vai sendo adaptado consoante as necessidades, mas há bases que se mantêm, e na cultura Portuguesa a relevância que se dá à Igreja sempre foi ponto assente” (2013: 34).

No entanto, há que distinguir entre a opção religiosa e a prática religiosa. Como afirma Alfredo Teixeira “a passagem de uma identidade de posição para uma identidade ‘em trânsito’ introduziu particulares dificuldades na condução da ação pastoral – figuras simples, como as de ‘católico praticante’ e de ‘católico não praticante’, são hoje insuficientes para compreender a eclesiosfera católica” (2011, p. 249). Assim, nota-se uma tendência constante de diminuição de praticantes durante as últimas décadas, como confirmam os recenseamentos realizados para aferir a prática dominical.

Acerca do número total de praticantes, observe-se [que o] quadro é claro quanto à evidência de uma diminuição de praticantes dominicais, em números absolutos: no intervalo de 14 anos entre 1991 e 1977, registou-se uma diminuição de cerca de 197.000 praticantes, correspondente a 8%; entre 2001 e 1991, verifica-se uma diminuição de cerca de 310.000 praticantes, ou seja, 14%. Entre 2001 e 1977, observa-se, assim, uma quebra de cerca de 507.000 praticantes dominicais (-21 %). (Teixeira, 2011, p.251)

Entretanto, é importante referir a laicidade do país que, por via constitucional, não pode privilegiar nenhuma confissão religiosa. E refira-se também que os valores obtidos se encontram desatualizados já que a tendência para o seu decréscimo continua a ser uma evidência, situação essa que poderá ter repercussões na forma como o jornalismo pode tratar a notícia do fenómeno religioso.

## *A imprensa da religião*

Uma das premissas presentes neste estudo é a não consideração da imprensa confessional ou ligada à religião já que, o objetivo que o orienta a isso o obriga, pois será mais interessante posicionar as questões religiosas num panorama mais global. Também se encontram amiúde diversos estudos a focar exatamente a imprensa ligada à religião quer pela sua especialização, quer por questões de propriedade. Ou seja: no panorama jornalístico português, damos-nos conta de inúmeras publicações que são de propriedade de organizações religiosas, pese embora os assuntos serem mais generalistas nuns, enquanto noutros é evidente uma especialização em assuntos religiosos.

Neste particular, Manuel Alexandre afirma que “não se poderá ignorar igualmente que, apesar do muito de comum existente entre estes jornais e a generalidade da imprensa regional, a comunicação social de inspiração cristã é portadora de algumas singularidades. A começar pelo facto de deter ‘uma estrutura organizativa própria, suficientemente flexível para abranger órgãos e empresas com estatutos diversificados’” (Manuel, 2013, p.46). No caso português, constata-se que a “Igreja Católica detém, direta ou indiretamente, uma situação reconhecidamente invulgar em todo o contexto europeu” (Manuel, 2013, p.53). apresentando números que revelam a enorme importância de publicações afetas àquela instituição. A este propósito, o Anuário Católico de Portugal apresenta a lista das comunicações sociais com 389 itens<sup>4</sup>. No entanto, essa lista integra boletins, editoras, jornais, livrarias, rádios, revistas e tipografias, distribuídos de acordo com a tabela que se segue:

<b>Tipo</b>	<b>Nº</b>
<b>Boletim</b>	115
Editora	6
<b>Jornal</b>	181
Livraria	23
<b>Rádio</b>	13
Revista	48
<b>Tipografia</b>	3

<sup>4</sup> In [http://www.anuariocatolicoportugal.net/lista\\_c\\_sociais.asp](http://www.anuariocatolicoportugal.net/lista_c_sociais.asp), consultado em 19 de setembro de 2023

Extraindo os números que nos interessam, temos 181 jornais, 48 revistas e 115 boletins pertencentes à Igreja Católica.

## **Os discursos mediáticos sobre a religião**

Na apreciação das relações entre o fenómeno religioso as suas conexões e a imprensa na sua aceção mais lata, não é fácil encontrar um perfil que seja transversal e comum a todas elas. Por um lado, assume-se a importância da religião na sociedade contemporânea, no exercício da individualidade e na definição do próprio ser humano. Por outro lado, esta constatação obriga a um tratamento por parte do jornalismo que a relega para planos secundarizados ou, pelo menos, com espaços bastante mais reduzidos considerando outras áreas como, por exemplo, a política, a cultura e até mesmo o desporto. Reflexo disso, é o reduzido número de literatura disponível sobre as conexões entre estes dois mundos, o que parece um contrassenso, já que “se o interesse religioso é um dos interesses humanos, então a religião tem de comparecer nos media” (Borges, 2002, p.131). Nas palavras de Cabral, isto é o mesmo que dizer “as religiões são fenómenos humanos, são fenómenos sociais; como tal, são factos que podem e devem ser objeto de notícia” (Cabral, 2002, p. 105).

Hoover (2006, p.82) é de opinião de que um dos grandes problemas apresentados pela religião tinha a ver com os desafios que cria para a objetividade do jornalismo. Temos, portanto, um desafio de linguagem e de conceitos que não estão dentro dos códigos normais dos profissionais de comunicação. Não sabendo falar de religião, será preferível, então, não falar dela. Bobkowski, num estudo sobre a cobertura religiosa em escolas secundárias dá a entender isso mesmo, quando afirma que há instruções dos diretores para evitarem falar de assuntos religiosos por não possuírem as competências necessárias para perceber esse fenómeno (Bobkowski, 2009, p.54). Cabral fala de incompreensões mútuas que “tem a ver com a competência profissional dos jornalistas, mas também com a capacidade de abertura das instituições, neste caso da Igreja Católica e das outras igrejas, que são mais pequenas e que terão naturalmente mais dificuldades” (Cabral, 2002, p.30).

Todavia, mesmo não havendo especialização ou, se quisermos, alguma não competência para abordar acontecimentos religiosos, Paulo Agostinho, jornalista da Lusa, é de opinião que a “criação de jornalistas especializados em religião não se justifica, uma vez que,

atualmente, a Igreja não oferece matéria noticiosa ao ponto de ter alguém em permanência a tratar os assuntos religiosos, se bem que seria vantajoso, uma vez que para outros assuntos também há jornalistas especializados” (C. S. F. da Silva, 2013, p.67). Esta opinião é partilhada por outros colegas (C. S. F. da Silva, 2013, p.69).

E não é só uma questão linguística e de significância que está em causa. Sendo a religião um assunto do foro pessoal em que estão em causa as convicções mais íntimas de cada um, existe a necessidade de uma maior sensibilidade para tratar estas questões e, por sua vez, uma maior exigência de rigor (Cabral, 2002, p.106).

Marujo serve-se de quatro palavras para falar sobre a prática jornalística e as religiões: o tempo, o medo, a ignorância, e a comunicação (Cabral, 2002, p.113). O tempo refere-se à problemática atual da rapidez em que flui o processo de informação que muito depressa se torna desatualizado. Esse tempo choca com o tempo da religião, muito mais longo, muito menos urgente. O medo tem a ver com o receio permanente por parte da religião em ser dessacralizada através do discurso jornalístico. Este medo provém também da manifesta ignorância que a religião tem relativamente a algumas regras básicas da comunicação social:

Continua a ignorar-se a importância de ter porta-vozes, de haver serviços profissionais bem dotados; os documentos não são muitas vezes enviados com embargo, de modo a dar possibilidade aos jornalistas de os trabalhar com mais profundidade; descura-se, enfim, a importância de tornar o facto religioso, uma notícia. (...) A ignorância também existe do lado dos jornalistas. Não se conhecem as diferentes vozes internas, movimentos ou opiniões dentro das comunidades religiosas. Não se sabe valorizar o que é de facto notícia. (Marujo, 2002, p.114)

A quarta palavra — comunicação — será uma síntese dos pontos de contacto entre as duas realidades de que falamos. Diz Marujo que “a religião, no seu sentido etimológico, significa religar” e que “os media, por definição, são meios que servem a comunicação”, pelo que, “por esses dois conceitos passará alguma possibilidade de encontro destes mundos”. (Marujo, 2002, p.115)

No entender da jornalista da RDP Ana Isabel Costa, e em contraponto a uma corrente de opinião que deriva das manifestas tensões entre os dois mundos, “a relação entre os media e a Igreja é uma relação pacífica, porque há um conjunto de jornalistas que trata o tema, e isso confere alguma confiança entre as duas partes” (C. S. F. da Silva, 2013, p.70). No

entanto, coloca uma ressalva por achar “que pontualmente essa confiança é quebrada” (idem). Talvez a isso não seja alheio haver atualmente um “oportunismo a infetar as relações entre media e sagrado” (Ribeiro, 2000, p. 194). Segundo Ribeiro, este oportunismo resulta no sensacionalismo que caracteriza alguma da imprensa, quando “os meios de comunicação fazem uma cobertura espetaculosa, a partir das aparências, de eventos “religiosos em sua face apenas episódica ou quantitativa” (Ribeiro, 2000, p. 184).

Alguns autores, na procura de razões para o conflito latente, este poderá justificar-se com as semelhanças entre a religião e o jornalismo. Além da referência que já fizemos à abordagem de Marujo a partir da origem etimológica do termo *religião*, encontramos um ensaio de Fernando Pessoa ainda mais explícito:

A religião e o jornalismo são as únicas forças verdadeiras. Quando se diz que o jornalismo é um sacerdócio, diz-se bem, mas o sentido não é o que se atribui à frase. O jornalismo é um sacerdócio porque tem a influência religiosa dum sacerdote; não é um sacerdócio no sentido moral, pois não há, nem pode haver moral no jornalismo, que serve o momento que passa, em o qual não cabe, nem pode caber, moralidade. (Pessoa, 1994, p.37)

Ribeiro descreve esta “influência religiosa” do jornalismo como a capacidade de “religar e articular factos entre si (numa mesma edição) e, no interior de um mesmo facto, com suas origens e desdobramentos (ao longo de uma série de edições)” (Ribeiro, 2000, p. 186). Já a “influência religiosa dum sacerdote” é explicada por o jornalista ser, como um sacerdote “um frequentador de esferas inacessíveis ao comum dos mortais e revelador fidedigno de insuspeitados segredos [sagrados]” (Ribeiro, 2000, p. 186). Assim, tal como a religião, o jornalismo “promove a *releitura* da realidade, *religa* situações e públicos distantes e viabiliza a *reeleição* do leitor a poderes superiores; os agentes jornalísticos estão investidos *full-time* da missão da verdade e da denúncia das injustiças” (Ribeiro, 2000, p. 187).

Wemans consegue, também, encontrar um paralelismo entre a religião e o jornalismo, porquanto um e outro defendem causas de liberdade, nomeadamente a de expressão:

É verdade que a crença religiosa formou a consciência de inúmeros homens e mulheres que, ao longo da história, ousaram exprimir o seu pensamento, mesmo que pagando, por vezes com a vida, o seu imperativo de não calarem as suas razões. Não é menos verdade que muitos dos homens e mulheres que mais lutaram pelo avanço da

Liberdade de Expressão e mesmo da Liberdade de Imprensa o fizeram inspirados pela sua religião. (Wemans, 2009, p.99)

### *A presença da religião nos media*

De acordo com o que afirma Toldy, “os discursos e as práticas modernas relegaram a religião para o domínio privado e para o raciocínio individual” (Toldy, 2011, p.3). Hoje a prática religiosa é uma opção muito mais pessoal relativamente às gerações anteriores. A expressão “eu tenho a minha fé” denota uma prática individualista. Esta opção, traduz-se numa espécie de desinteresse da parte do espaço mediático que, não rejeitando as formas de expressão religiosa, também, à sua maneira, respeita essa consciência individual. Apesar deste e outros constrangimentos existentes na cena mediática relativamente à religião, torna-se evidente que esse mundo continua bem presente no espaço público (Teixeira, 2002, p.94). Em parte, isso deve-se ao fascínio exercido pelo carisma de algumas personalidades religiosas de que é um exemplo atual o Papa Francisco. É por isso que Ana Isabel Costa afirma que, neste âmbito, ser notícia está dependente de quem fala, sendo que apenas se dará importância aos atores principais, “porque se foi algo dito por um bispo é mais importante que se for dito por um padre por exemplo” (C. S. F. da Silva, 2013, p.70). Não admira, pois, que a proporcionalidade entre a cobertura de alguns acontecimentos religiosos e a importância desses mesmos acontecimentos apresente discrepâncias. Nem sempre o que se noticia é objetivamente importante e nem o que é importante se noticia.

Se as primeiras suposições previam que a secularização e laicização das sociedades fossem pôr em causa a religiosidade, os factos acabaram por mostrar o contrário, mesmo que os números de frequência das igrejas tenham reduzido significativamente (Teixeira, 2002, p.94). Ou seja, “a religiosidade continua bem acesa, mesmo se sob o registo de novas mediações” (Teixeira, 2002, p.96). Também se torna evidente que, à revelia dessa individualidade “a religião é invocada por governos laicos para legitimar identidades culturais em conflito com outras identidades culturais ou para reagir às mesmas” (Toldy, 2011, p.3). Os meios de comunicação social acabam por fazer eco desse mesmo conflito. Essa atração mediática pelo diferendo resulta naquilo que o jornalista Secundino Cunha apelida de incompreensão mútua: “incompreensão por parte dos membros da Igreja, que con-

sideram que os jornalistas não dão a importância que seria desejada a determinados assuntos, (...) e incompreensão por parte das redações [porque] a Igreja não está preparada para falar com os jornalistas” (C. S. F. da Silva, 2013, p.69).

Finalmente, Cabral dá-nos conta de uma constatação generalizada de dois sintomas que ele apelida de anticlericalismo e proclericalismo, conceitos esse que quase se opõem, mas que explicam algumas abordagens que a comunicação social faz à religião (Cabral, 2002, p.106). O conceito de anticlericalismo facilmente se explica, mas curiosamente parece coexistir com a preferência que a esfera mediática tem pelas vozes mais “clericais”, isto é, pelas hierarquias religiosas. Esta última constatação parece ir ao encontro do conceito de proclericalismo que se define pela ação de fazer da religião um tema político.

### **O *gatekeeping* aplicado à religião**

Para perceber quais os critérios ou requisitos que podem transformar um facto religioso numa notícia (ou não), será importante considerar o *gatekeeping*. Por ser sobejamente conhecida, escusamo-nos de transcrever as suas origens históricas, que remontam à metade do século transato, e analisar as suas conexões com outras teorias, nomeadamente a do jornalismo corporativo. Por ora, remetemo-nos à sucinta definição deixada por Bobkowski que define o *gatekeeping* como sendo um modelo teórico usado nos estudos sobre *media* para ilustrar e examinar os processos de seleção envolvidos na recolha e produção de informação (Bobkowski, 2009, p.56). Este conceito é aceite como comum e normal em qualquer redação de qualquer órgão informativo. Consciente ou inconscientemente, para o bem ou para o mal, ele faz parte do processo de construção noticiosa ou informativa e está presente em todas as etapas, em todos os níveis: individual, rotinas de *media*, organizacional, *extramedia* e ideológica (Bobkowski, 2009, p.56). Portanto, todos os acontecimentos religiosos passíveis de ser notícia passam necessariamente por este crivo. Resta, portanto, identificar as características desse mesmo crivo.

Socorrendo-nos ainda do estudo feito por Bobkowski sobre a temática religiosa no jornalismo escolar, este autor investigou a hipótese de que a religiosidade dos jornalistas pode constituir uma força de *gatekeeping* que influencia a cobertura da religião (Bobkowski, 2009, p.56). E apresenta um estudo que concluiu que os jornalistas das mais conceituadas

agências de notícias tinham uma “perspetiva secular”, sendo que mais de metade dos especialistas em *media* se abstinham de qualquer filiação religiosa. Embora essas conclusões fossem aceites de forma consensual, a metodologia e os resultados deste estudo foram contestados, e outros estudos indicaram que a distribuição de filiações religiosas entre os jornalistas profissionais pode ser mais consistente com a da população em geral (Bobkowski, 2009, p.56).

Neste estudo de Bobkowski, umas das conclusões mais surpreendentes diz respeito à relação entre a religiosidade dos orientadores (neste caso das escolas) e a cobertura religiosa. Intuitivamente, poder-se-ia esperar que os orientadores com mais prática religiosa permitissem e encorajassem mais a cobertura religiosa nos jornais dos seus estudantes, enquanto, inversamente, os jornais aconselhados por orientadores menos religiosos publicariam menos artigos sobre religião. Os resultados sugeriram exatamente o oposto. Os orientadores que mais frequentavam os serviços religiosos, aconselhavam os jornais que tendiam a publicar menos artigos sobre religião. Isto sugere que eles possam ter feito um esforço maior para separar a religião do seu trabalho como educadores. Talvez sentissem mais o risco de serem acusados de violar algumas obrigações éticas, erguendo um muro mais alto entre as suas práticas religiosas privadas e as suas carreiras na escola pública (Bobkowski, 2009, p.56).

Um das características da contemporaneidade que pode ter uma força importante na hora de decidir sobre a noticiabilidade de acontecimentos religiosos é a secularidade. Para muitos, este conceito coabita pacífica e até eficazmente com o laicismo e o ateísmo, sendo “entendida como uma vida social e individual pautada sem Deus” (Brustolin, 2016, p.504). Nesta linha de pensamento, tudo o que possa ser referência ao religioso deve ser excluído do espaço público e remeter-se apenas para a esfera privada. Habermas “prefere denominar a atual sociedade de ‘pós-secular’ (...) para designar como crentes e não crentes convivem, atualmente, um ao lado do outro, e como devem entender-se entre si” (Brustolin, 2016, p.504).

Outra constatação que se observa nos meios de comunicação social é a sua predileção para a espetacularização da informação. Sem dúvida, é sempre preferível dar a notícia que pode gerar mais audiências, e isso acontecerá com maiores probabilidades quando há novidade e surpresa na informação. Provocar emoções e despertar os sentidos do público

será uma fórmula eficaz para captar a sua atenção e, numa sociedade competitiva como a contemporânea, desviá-la da concorrência. As relações ambivalentes entre os *media* e a religião também estão sujeitas a este *modus operandis* (Brustolin, 2016, p.507).

Batista fala de negociação da notícia que, de certa forma, exemplifica a necessidade dos acontecimentos atravessarem diversos *portões* até à publicação final da notícia:

O repórter negocia com o editor, que negocia com o diretor da redação e assim por diante. Esses critérios estão inseridos na rotina jornalística e são contextualizados no processo produtivo, adquirindo significado, tornando-se elementos dados como certos (Batista, 2012, p.5).

## **O valor-notícia do acontecimento religioso**

A par do conceito de *gatekeeping*, é importante referir um outro no âmbito do jornalismo: a noticiabilidade. Esta é uma ideia que está permanentemente presente na atividade dos profissionais da informação e que, concisamente, tem como objetivo responder à pergunta “isto é notícia?”. Neste procedimento está em causa aferir os valores-notícia dos acontecimentos para, depois, poder transformá-los numa peça e levá-los ao público. Para Batista, a noticiabilidade define-se sucintamente como “a capacidade que os fatos têm de virar ou não notícia” (Batista, 2012, p.5). A dificuldade, porém, começa aqui, no momento em que é preciso definir os critérios que atribuem valor-notícia a um acontecimento. Se Wolf (Wolf, 2002) considera que há determinados critérios que aumentam a possibilidade de um facto se tornar notícia, tais como a importância dos envolvidos, a quantidade de pessoas envolvidas, o interesse nacional, o interesse humano e os feitos excepcionais, já Traquina (Traquina, 2005) assinala muito explicitamente dez critérios: morte, notoriedade do ator principal da notícia, proximidade, relevância, novidade, tempo, notabilidade, inesperado, conflito ou controvérsia, e infração.

No que diz respeito aos valores-notícia que estão presentes nos conteúdos de cariz religioso, Américo define como sendo os mais usuais o desvio, a negatividade e a espetacularidade, isto é, as suas implicações no temporal, especialmente o escandaloso ou mórbido, o erro ou o que não se encaixa com a imagem “religiosamente correta”, e o conflito que, no caso da Igreja, ocorre, sobretudo nas relações com o poder político (Américo, 2008,

p.568). O mesmo autor também refere o interesse humano sobretudo na sua vertente social, os valores dissonantes, na medida em que as verdades da fé são notícia apenas quando são discrepantes do pensamento dominante e da vida social, e o folclore (*costumbrismo*) associado à manifestação pública da religiosidade (Amérigo, 2008, p.568).

Independentemente de o acontecimento ser religioso ou de outra área qualquer, para Camponez, um dos valores centrais do jornalismo e que assume suma importância para determinar o interesse do público pelas notícias é a proximidade. Este conceito não se remete apenas à geografia ou dimensão territorial, mas abarca outras dimensões, incluindo as temporais, psicoafectivas, socioprofissionais e socioculturais (Camponez, 2012, p.36). Para este autor, este valor ganha ainda mais relevância para a imprensa regional e local.

Numa análise sucinta aos critérios apresentados, é notório que o fator interesse ganha pontos à importância dos acontecimentos. Interesse esse que está também subjacente às leis ditadas pela concorrência e pelo mercado que podem pôr em causa a sobrevivência dos *media*. É nessa medida que Correia afirma que

os jornalistas sentem-se com demasiada frequência, na obrigação de, a qualquer preço, encontrar temas e abordagens capazes de atrair e prender o interesse do público, ou o que eles julgam ser de interesse (Correia, 1997, p.146)

e acrescenta que “um dos aspetos mais criticados dos noticiários é a insistência com que se incluem e destacam as chamadas notícias negativas” (Correia, 1997, p.147).

A complementar estas ideias, Sá expressa a ideia de que o jornalismo religioso também sofre de “jornalismo de cachecol clubístico” (Sá, 2017, p.29), comparando-o com o futebol e a seleção portuguesa e a atitude do jornalista adepto.

Na religião temos momentos em que somos todos católicos; a visita do Papa e o que se passa à volta e o modo como é trabalhado o assunto em muitos jornais, rádios, televisões, sobretudo até talvez as televisões, é muito na perspectiva de ‘somos todos católicos’, ‘todos gostamos imenso do Papa’ e, portanto, a linguagem, é uma linguagem acrítica e sem qualquer distanciamento. (Sá, 2017, p.30)

## **As geografias do jornalismo**

### ***O valor do jornalismo de proximidade***

Atualmente a imprensa regional é vista como determinante no panorama jornalístico pela forma como desempenha um papel importante no serviço público. Desde logo, porque acompanha um espaço territorial que outros órgãos noticiosos de referência, mas de âmbito mais alargado, não conseguem acompanhar. Depois, como observa Carvalho, “este jornalismo de âmbito regional e local pode ter um importante papel na sensibilização da comunidade para adotar um papel de cidadania mais pró-ativo” (Carvalho, 2013, p.8). Pode mesmo afirmar-se que é um jornalismo “mais humano e mais verdadeiramente social”, porque o seu público não é apenas um mero recetor, “mas é também enormemente ativo, que por sua vez informa, recrimina, aceita, valora, aplaude ou censura de forma eficaz” (Camponez, 2012, p.39). Portanto, é notório um compromisso desse jornalismo com a região e as pessoas que a habitam (Carvalho, 2013, p.14). Porém, no entender de Camponez, esta proximidade pode gerar alguns constrangimentos que não se compadecem com o necessário distanciamento a que o jornalista está obrigado e pôr em causa alguns valores éticos e deontológicos que, por ora, regem esta atividade profissional (Camponez, 2012, p.37).

Camponez recorre a Christian Sauvage para enumerar algumas características que distinguem o jornalista local e regional:

1. O jornalista local é uma pessoa preocupada com as consequências do seu comentário;
2. é pouco dado à revelação de escândalos com o intuito de preservar as suas fontes de informação com as quais contacta todos os dias;
3. é um generalista sobre as questões da sua região;
4. é uma pessoa bem enraizada na sua região, mantendo um contacto fácil com as pessoas;
5. é um narrador do quotidiano repetitivo;
6. faz um jornalismo de “notáveis”, podendo ele próprio tornar-se num notável a prazo;
7. é um profissional mais sério e mais solidário com os seus colegas do que os seus congéneres da imprensa nacional. (Camponez, 2012, p.40)

### ***Os obstáculos da contemporaneidade para o jornalismo***

Mas não se pense que o jornalismo local e regional tem uma maior independência por estar longe dos centros decisores políticos e económicos. Pelo contrário, também ele sofre as consequências de, mais ainda hoje pela fragmentação e multiplicação de canais mediáticos, estar dependente do poder económico e político. Essas “fortes ligações (...) acabam por influenciar a linha editorial e todo o trabalho executado (...) podendo prevalecer o interesse financeiro em detrimento do exercício de serviço público” (Carvalho, 2013, p.15). Morais e Sousa falam ainda de uma “complexa rede de poderes e influências” que se manifestam nas “relações que se estabelecem entre o jornalismo e as fontes de informação” (Morais & Sousa, 2013, 193). Não admira, pois que, mesmo em títulos locais se manifesta e comprova à saciedade a teoria instrumentalista onde diversos atores “se impõem como fontes fornecedoras de informação suscetíveis de se transformarem em notícias” (Morais & Sousa, 2013, 194). Estas formas de atuação traduzem-se em notícias que acabam por ser um reflexo dos agentes que dominam a esfera pública e que têm mais poder relativamente a aspetos que são fortemente decisivos na execução de projetos como os informativos. São agentes que exercem esse mesmo poder em organizações de informação com menos recursos e debilitadas economicamente (Morais & Sousa, 2013, 196). Portanto, como afirma Amaral, “o principal perigo pode residir na conceção do jornalismo como um mero ramo de negócios ou de serviços industriais, como qualquer outro” (Amaral, 2011, p.4). Neste aspeto, o mesmo autor considera “a imprensa local como sendo a mais vulnerável a estas atividades, isto é, a notícias pré-dirigidas” (Amaral, 2011, p.10). A tendência desta vulnerabilidade é para se agravar ainda mais por diversas razões tais como o pouco interesse do mercado de publicidade, a diminuição de receitas, o decréscimo dos índices de leitura e a sua correlação com as baixas tiragens, e o desinteresse dos agentes económicos (Amaral, 2011, p.12).

### **As fontes como ponto de partida de toda a informação**

Um dos conceitos fundamentais a estudar no âmbito do jornalismo em geral e da produção noticiosa de assuntos religiosos em particular é a questão das fontes. Não será descabido usar as mesmas questões de Rogério Santos:

Que decisões são tomadas pelo jornalista para escolha de acontecimentos? De que modo os jornalistas acedem às fontes? Que critérios para transformar fontes desconhecidas em celebridades? Como se promovem efeitos de desestabilização e de antagonismo entre fontes já instaladas? Que tipo de constrangimentos afeta o trabalho do repórter? (R. Santos, 1997, p.11)

O estudo da relação entre as fontes e o jornalista é essencial para uma melhor percepção das perspectivas que conduzem (ou não) à publicação de determinadas notícias em detrimento de outras. Por um lado, ajuda a perceber o espaço que a temática religiosa ocupa na cena mediática e na imprensa. Por outro, explica por que razão determinados assuntos religiosos têm maior relevância em detrimento de outros.

Em diversos estudos, percebe-se que existem diversas formas de tipificar as fontes e de hierarquizá-las, Por exemplo, Ericson distingue quatro categorias: jornalistas, porta-vozes de instituições e organizações governamentais, porta-vozes de instituições e organizações não governamentais, cidadãos individualizados (*apud* R. Santos, 1997, p.76). Lopéz, por exemplo,

(1) próprias, que incluem o conjunto de jornalistas ligados à organização noticiosa, (2) institucionais, ligadas ao poder, como as financeiras, políticas, religiosas e sociais, (3) espontâneas, oriundas dos setores da sociedade que entram em conflito com as grandes instituições do poder, (4) confidenciais, relacionadas com o poder, mas em rota de colisão com ele, e (5) anónimas, constituídas por pessoas que fornecem informações de interesse noticioso, mas que recusam identificar-se. (*apud* R. Santos, 1997, p.79)

Seja qual for a hierarquia das fontes, será curioso aferir a disponibilidade que as fontes ligadas à religião apresentam relativamente aos jornalistas e, em última análise, a toda a cadeia de produção informativa.

## **A comunicação social católica: uma espécie em vias de extinção**

A imprensa ligada à Igreja Católica tem uma reconhecida história no panorama editorial português e no próprio jornalismo. O catolicismo ao longo da sua história de vinte séculos tem sido um esteio na produção cultural e na criação de espaços mediáticos. Consensualmente aceita-se a importância e o protagonismo dos atores afetos ao cristianismo, enquanto catalisadores e promotores do desenvolvimento artístico, científico e tecnológico. Paralelamente “reconhece-se a importância que a imprensa católica ocupa na afirmação

dos movimentos sociais e da sua relação com o todo da sociedade” (Guerreiro, 1998, p.384), pelo que pode afirmar-se que

a sua intervenção, as suas posições e o apelo ao debate, à discussão e ao diálogo com o leitor, por vezes através da polémica e do conflito, são um elemento importante para se detetar a criação de correntes de ‘opinião pública’ no interior da Igreja e da sociedade, sem deixar de considerar o papel da censura. (ibidem)

A imprensa católica é, ainda, no entender de Jacinto Guerreiro, “o melhor meio para compreender a articulação e vitalidade do movimento católico com a sociedade a partir da presença institucional da Igreja” (Guerreiro, 1998, 387), pelo que se evidencia a sua importância num determinado contexto histórico em que as opções religiosas sociais também refletiam o peso institucional da religião católica.

E Portugal, embora não fosse caso único, pelo menos tinha contornos especiais em comparação, por exemplo, com o Brasil. Aí, no entender de Jérri Roberto Marin (Marin, 2018, 212s) os jornais católicos, não formavam uma opinião pública, não mobilizavam o laicado, não cristianizavam a sociedade e não seriam eficazes para combater os erros da modernidade, os inimigos da Igreja Católica e a imprensa escrita por acatólicos.

Esse cenário desfavorável era atribuído à ineficiência do episcopado e à sua má formação intelectual, salvo raras exceções. O episcopado brasileiro, embora investisse na imprensa, resistiu à proposta de criar um jornal católico que circulasse em nível nacional, evidenciando a existência de vários projetos de recristianização social, distintos dos da Santa Sé e dos representantes pontifícios. No interior da hierarquia eclesial brasileira, havia inúmeras divergências sobre o tema e diferentes grupos lutavam, resistiam e tentavam impor suas propostas e visões do mundo social. (Marin, 2018, 212s)

Alexandre Manuel (2013, 149) considera que a abertura real da igreja à questão dos meios de comunicação ocorreu apenas por ocasião do Concílio Vaticano II com a promulgação do primeiro decreto conciliar, *Inter Mirifica* (1964), onde os meios de comunicação são mencionados como “maravilhosas invenções tecnológicos”, que “o engenho humano extrair, com a ajuda de deusas, das coisas criadas” (n. 1), possuindo enormes capacidades para fornecer, se postas corretamente, valiosas ajudas à humanidade (n. 2). Explica ainda que, apesar da relutância dos padres Conciliares perante as possíveis perversões com tais dispositivos e da “angústia maternal” sentida pelos danos causados à sociedade humana

pelo seu uso indevido”. (n. 2), o tom geral do documento é dominado por uma linguagem que marca um novo paradigma na relação com os *media*.

Ao afirmar que o mundo das comunicações é ‘o primeiro areópago dos tempos modernos’ ou ao proclamar ‘pela primeira vez’ e ‘de uma forma oficial o que disse McLuhan’: que, ‘pelos media a humanidade é unificada e transformada em aldeia global’; que, pela tamanha importância alcançada, os meios de comunicação social ‘são, para muitos, o principal instrumento de informação e formação, de guia e inspiração de comportamentos individuais, familiares e sociais’ e ainda que, sobretudo as novas gerações, ‘crescem num mundo condicionado pelos mass media’ (RM, n.º 37). (Manuel, 2013, 151)

Alexandre Manuel considera que ainda há passos para serem dados no relacionamento entre a comunicação social e a Igreja e afirma, inclusive que “não será exagerado dizer-se que o relacionamento da Igreja com a comunicação social está ainda longe de ser o desejável” (Manuel, 2013, 158). Para ajudar a justificar este ponto, socorre-se de Paulo Agostinho, que afirma que,

O desconhecimento mútuo que ainda existe, apesar do meritório trabalho da Agência Ecclesia, tem dificultado o diálogo e as parcerias. A superficialidade e a rapidez dos media não se compadecem com a complexidade do discurso religioso. (...) À Igreja faltam pontes de diálogo. E as suas escolhas de protagonistas não se coadunam com uma estratégia de comunicação com a opinião pública. Em regra, maus comunicadores não podem ser bons dirigentes. E isso também é verdade na Igreja. A falta de contactos diretos e rápidos dos media com os responsáveis religiosos de pelouros essenciais na relação com a sociedade. A ausência de uma estratégia de comunicação articulada por parte da hierarquia junto da opinião pública. A incompreensão em relação às consequências das frases ditas. A lentidão na resposta em matérias urgentes e atuais. Tudo isto são grãos de areia que emperram as relações da Igreja com os media. (Agostinho, 2007)

Parece evidente que a comunicação social e a Igreja comunicam com códigos diferentes, o que dificulta a existência de um entendimento mútuo. Trabalhar na área religiosa numa instituição secular é um caminho comparável ao que se faz numa corda bamba em grande parte por causa da relação difícil entre os profissionais de comunicação e a própria Igreja Católica. Na verdade, parece existir uma tolerância tácita, em vez de serem realmente desejados. Em muitas ocasiões, a cultura da fonte anónima, também conhecida como

“fonte próxima”, acaba por ser a “solução encontrada para contar as histórias mediáticas da Igreja”. (Manuel, 2013, 158)

Também Borges de Pinho destaca que, de forma geral, as pessoas que têm cargos de maior responsabilidade na Igreja têm dificuldade em lidar com a comunicação social. Isso reflete-se nas palavras que usam, no modo como se relacionam e na tendência para se colocarem na defensiva e manifestarem evidente desconfiança, o que dificulta o trabalho daqueles que querem informar sobre os assuntos eclesiais. Embora essa atitude possa ser resultado de desapontamentos causados pela forma como algumas notícias são divulgadas — por ignorância, falta de valorização do fenómeno religioso ou até mesmo por má intenção —, é importante ressaltar que esses responsáveis frequentemente esquecem-se de que a falta de transparência afeta negativamente a possibilidade de fornecer uma informação oportuna e adequada (Pinho, 1992).

A isso acrescentamos o facto de considerar que a maioria do público em geral, incluindo os próprios crentes, não são teólogos. No contexto da comunicação, é comum atribuir o erro sempre ao emissor e nunca ao recetor, ou seja, se houver alguma anomalia, é porque quem fala não conseguiu se fazer entender. Isso parece ocorrer com frequência no que diz respeito ao discurso religioso (Manuel, 2013, 159).

A informação atual, sobretudo a que é dada diariamente obedece a exigências que podem chegar a ser inoportunos para a Igreja como para qualquer outra instituição. É aquilo a que Agostinho (2007) chama de “liga da informação diária”, onde em “alguns jogos difíceis em que até os árbitros podem ser desfavoráveis”. Portanto, deve haver por parte da Igreja uma preparação em que não se está a apostar “sobretudo quando se apercebe que as iniciativas entretanto lançadas estão longe de serem suficientes e capazes de formar uma consciência crítica face aos media” (Manuel, 2013). Mesmo depois de todos os passos dados nos anos mais recentes — também por força e obrigação das circunstâncias —, estes continuam a ser manifestamente insuficientes e, ainda mais preocupante, “longe de constituir preocupação cimeira da pastoral da Igreja”. (Manuel, 2013)

A este propósito, pode constatar-se que a instituição tem dedicado grande parte das suas forças à edição de publicações informativas que, ao invés do esperado, acabam por não ter o sucesso a que se propunham e, por isso, passam por um ciclo de existência curto

(Manuel, 2013). Essas publicações, pese embora algumas delas terem abrangência nacional, são na sua maioria periódicos circunscritos a regiões relativamente pequenas, algumas delas, locais. A sua existência evidente e em número avantajado levou a que se categorizasse na ‘imprensa de inspiração cristã’. Santos considera que este tipo de publicações (G. Santos, 1906; 41-43) é vista de soslaio por parte dos membros do clero que não entendem as suas vantagens. Acrescente-se alguma resistência declarada ou implícita e as dificuldades de distribuição, fatores a que se juntam o facto de ser um setor da imprensa que ignora a atividade política em geral (Rego, 2000: 333) Como afirma Clemente “bastava, na ocasião, que uma publicação fosse rotulada de católica para logo ser repudiada e ninguém a difundir na rua” (Clemente, 2002:101)

Rego faz um breve enquadramento histórico, enquanto analisa de forma muito sucinta a imprensa afeta ao catolicismo. Na prática, falamos de títulos que não terão sido marcantes no panorama das publicações hebdomadárias, pois “além da fraca qualidade técnica e redatorial da maioria dessas folhas paroquiais ter limitado os objetivos que presidiram à sua criação, merece referência o facto de, em geral, nunca terem criado qualquer problema ao regime” (Rego, 2000: 335). Um pormenor que terá despoletado o aumento exponencial do seu número, foi “a evolução tecnológica registada no setor, que, a par das facilidades criadas (incluindo as económicas) em relação à composição e impressão, ajudou a alterar ‘o modo de compreensão e exercício da própria autoridade eclesiástica, nomeadamente por via do recurso ou não ao imprimatur’” (Fontes, 2000: 425).

Nesta linha, não admira que António Marujo levante uma interrogação acerca do interesse pela leitura de títulos de inspiração cristã, convencido do reduzido público que procura este tipo de publicações (Marujo, 2003: 48-49).

Mais do que na inexistência de meios, nas limitações financeiras ou na formação insuficiente, a resposta terá antes de ser procurada nas contradições existentes ‘entre os valores que deveriam nortear a imprensa de inspiração cristã e aquilo que na realidade se faz’ (Manuel, 2013, 184)

Assim, não será exagerado dizer-se que, à semelhança do registado com boa parte da imprensa de proximidade, muitos desses media parecem mais preocupados em lamentar a diminuição (ou alteração na forma de atribuição) dos subsídios estatais, mesmo quando ilógicos, do que em repensar, por exemplo, a arquitetura da informação; (Manuel, 2013)

O número de publicações tem, no entanto, decrescido de forma evidente. Manuel ((2013-193) refere que, “de acordo com a edição de 2007 do Anuário Católico de Portugal, da CEP, a Igreja é responsável pela publicação de mais de 800 títulos (são, inclusive, elencados cerca de 650), dependentes, não apenas das diferentes estruturas diocesanas (paróquias, comissões fabriqueiras, seminários, centros sociais, irmandades, confrarias ou empresas constituídas para o efeito), mas também de institutos religiosos, associações, instituições, obras e movimentos laicos”. No entanto, na mais recente consulta desse mesmo anuário *online*, a lista das comunicações sociais, que inclui jornais, revistas, boletins, rádios, editoras, tipografias e livrarias, elenca apenas 389 títulos (Conferência Episcopal Portuguesa, n.d.). Outro pormenor revelado por Manuel é que “apesar de constituírem apenas cerca de 10 por cento do total das publicações de inspiração cristã, é entre os semanários, no entanto, que se situa a grande fatia dos jornais que, propriedade da Igreja ou de organismos, instituições e empresas dela dependentes, podem realmente classificar-se de regionais” (Manuel, 2013).

## **Capítulo II – INVESTIGAR A NOTÍCIA SOBRE A RELIGIÃO CATÓLICA (Opções Metodológicas)**

### **O catolicismo como opção de fundo**

O catolicismo tem sido uma influência importante na sociedade portuguesa desde a sua fundação (Coutinho, 2019). Como um país profundamente enraizado na fé católica, Portugal tem uma história rica e complexa resultante da presença da religião na cultura, na política e na vida quotidiana (Teixeira, 2013). Durante a Idade Média, Portugal, enquanto nação católica, estabeleceu laços estreitos com o papado romano, vinculando ainda mais essa presença (Boisselier, 2016). A religião católica moldou tradições, valores morais e práticas culturais e tornou-se um elemento central da vida portuguesa.

Um exemplo claro dessa influência na sociedade portuguesa é o culto a Nossa Senhora em geral e à de Fátima em particular (Dias, 1987). A aparição da Virgem aos três pastores na Cova da Iria em 1917 teve um efeito profundo na fé dos portugueses. A particularidade da fé em Nossa Senhora de Fátima cresceu rapidamente e o local das aparições tornou-se um importante centro de peregrinação em Portugal e um símbolo da fé católica, estendendo-se a todo o globo (Ramos, 2017).

### ***Papel do catolicismo na vida social e política***

Durante grande parte da história do país, o cristianismo desempenhou um papel ativo no poder governativo e no poder legislativo (R. A. C. Oliveira, 2018). A moral e os valores católicos influenciaram a lei civil e moldaram políticas nas áreas da família, do casamento, do aborto e da educação (P. Silva & Sousa, 2023). Também desempenhou um papel importante na área da assistência social (C. N. da Silva, 2006), confirmado pela criação de hospitais, orfanatos e escolas por organizações ligadas à Igreja e que desempenharam um papel importante no atendimento aos mais necessitados. Estas instituições não só prestavam serviços básicos, como também contribuíam para o reforço da coesão social e da solidariedade entre os portugueses (Nascimento, 2013).

### ***A difusão da fé através do jornalismo***

Também os jornais católicos desempenharam um papel importante na difusão da fé católica em Portugal (Machado, 2017). Desde o início da imprensa no país, no século XVII, diversos jornais e revistas foram lançados com o objetivo de divulgar a doutrina e promover os ensinamentos da Igreja. Foram publicações que tiveram grande influência na formação da opinião pública e na mobilização dos crentes. Jornais como a *Voz Portuguesa* e a *Voz da Fátima* tornaram-se importantes instrumentos de divulgação de mensagens religiosas (Vicente, n.d.) e de defesa dos interesses católicos e, através deles, os fiéis encontraram um lugar para discutir questões sociais e políticas e receber orientação espiritual.

Mesmo na imprensa secular, a influência do catolicismo é evidente por haver títulos de grande circulação a dedicar grande parte de seu espaço a reportagens sobre acontecimentos e assuntos relacionados com a Igreja (Guerreiro, 1998). Os principais jornais portugueses noticiam frequentemente visitas papais, debates sobre questões éticas e morais e acontecimentos importantes da vida religiosa e da comunidade católica. A presença constante da religião mais implantada nos meios de comunicação seculares reforça a importância do catolicismo na sociedade portuguesa (R. Santos, 2013). Essa representação na imprensa mantém o catolicismo vivo no imaginário coletivo, influencia o debate público e desperta o interesse público para as questões religiosas.

### ***As mudanças sociais***

Nos últimos anos, Portugal passou por grandes mudanças sociais, incluindo a secularização da sociedade (Toldy, 2013) e o declínio da prática religiosa (Coutinho, 2019). Essas mudanças criaram desafios para a Igreja Católica, que, ato contínuo, tem de se adaptar às novas circunstâncias (Varanda, 2007). No entanto, apesar destas mudanças, o catolicismo continua a desempenhar um papel importante na sociedade portuguesa. A Igreja continua a trazer para a ordem do dia questões sociais e políticas, como combate à pobreza, defesa dos direitos humanos e o diálogo inter-religioso (Teixeira, 2013). Também através das suas atividades, a Igreja busca manter o seu *statu quo* num mundo em constante evolução e atender às necessidades dos seus fiéis.

Por todas estas razões, temos um ponto de partida mais do que justificado para considerarmos o fenómeno religioso, de que o catolicismo é a expressão mais evidente na sociedade portuguesa, num trabalho de investigação que incide sobre o jornalismo. Por si só, a Igreja Católica tem um valor-notícia implícito que não pode ser ignorado no contexto dos *media* portugueses.

## **Redação e discussão da Metodologia**

Em jeito de introdução e como ponto de partida para as nossas opções metodológicas, podemos socorrer de um excerto do estudo de 2008 de José António Santos, secretário-geral da agência LUSA, citado por António Marujo:

No fluxo noticioso da agência Lusa, a informação sobre questões religiosas ocupa 0,71 por cento do total. A saber, há 772 notícias, 349 fotos, 35 vídeos, uma story e nenhum gráfico. Um total de 1157 peças num total de 166.140. (2009: 16)

Este autor apresenta a perspetiva da dimensão que poderá orientar um trabalho com estas características, através da relação muito concreta entre os números de peças sobre questões religiosas e o volume produzido. Poderá, pois, fazer sentido no presente estudo, encontrar a proporção entre a quantidade de peças produzidas e que dizem respeito a assuntos religiosos, e o total de peças publicadas. Os números que Marujo apresenta serão, “em termos relativos, semelhantes em outros meios de comunicação; neste caso, são de 2008” (2009: 16) e poderão dar uma ideia do que nos espera em termos de volume de trabalho a analisar.

Todavia, dados que propomos um estudo com uma componente comparativa entre dois tipos de imprensa escrita — a regional e a nacional —, o nosso propósito irá divergir substancialmente de uma análise meramente quantitativa, havendo, portanto, um longo caminho a percorrer para o qual se fará uma insistência particular nas opções metodológicas.

## **Objetivos e questões de investigação**

A presente investigação tem como objetivo específico fazer o levantamento da cobertura noticiosa subjacente Igreja Católica em diferentes títulos da imprensa portuguesa, questionando o lugar dado a esta temática no panorama da imprensa portuguesa. Assim as questões principais desta análise são as seguintes:

Q1 – Qual o espaço ocupado pela cobertura jornalística que aborda o catolicismo?

Q2 – Que valores-notícia podem ser identificados no levantamento efetuado?

Relativamente à primeira questão, são exploradas as seguintes subquestões:

- a) Que géneros jornalísticos predominam?
- b) Que peças são valorizadas em capa?
- c) Como se caracteriza a valorização gráfica de cada peça?
- d) As peças são assinadas? Pela redação ou por agências?
- e) Quais as tipologias de fontes mais frequentes?
- f) Qual a abrangência geográfica das peças?
- g) Que tom assumem os títulos das peças?

Já a segunda questão é aprofundada da seguinte forma:

- h) Que temas são privilegiados?
- i) Quem são os protagonistas das peças?

## **Metodologia e opções**

### ***Corpus de análise***

O *corpus* do presente estudo não inclui conteúdo não católico, que se justifica com base nos diversos critérios metodológicos e de foco de pesquisa. É importante salientar que esta seleção não implica qualquer juízo de valor ou exclusão deliberada dessas perspetivas religiosas, mas pretende refletir a necessidade de delimitar o âmbito do estudo para atingir os objetivos estabelecidos. Além disso, quisemos otimizar os recursos disponíveis e garantir uma melhor análise do catolicismo na comunicação. Essa abordagem metodológica específica permite uma investigação mais precisa e significativa no âmbito do projeto.

Ao limitar o estudo ao catolicismo, também estamos a criar a possibilidade de, no futuro, realizar estudos comparativos que incluam outras religiões.

Definido o tema do nosso trabalho, e o problema a investigar, a presente etapa contemplará o levantamento das fontes que permitam recolher os dados. Como explica Isabel Cunha, nesta fase respondemos à questão “quais os jornais que constituirão o objeto de análise?” (2011: 245). No nosso caso, por ser pretensão abordar o tema da noticiabilidade da religião na imprensa regional e nacional por forma a pretender dar resposta à questão “que espaço dá a imprensa regional e nacional ao tema da religião?”, definimos como *corpus* de análise um título regional de periodicidade semanal — *Jornal de Leiria* —, um título regional de periodicidade semanal e propriedade da Igreja Católica — *Reconquista* — e dois títulos nacionais de tiragem diária — *Público* e *Correio da Manhã* —. A escolha por aquelas duas publicações diárias resulta do facto de terem um posicionamento diferente no panorama jornalístico português. Esta opção também será uma mais-valia pelo aumento substancial do volume de artigos a estudar associado a um título que a opinião pública considera ser uma referência no jornalismo nacional e a outro que é um caso de sucesso no que diz respeito à tiragem e ao número de leitores. A escolha destes títulos obedeceu ainda a alguns critérios que explicamos mais à frente.

A decisão de focar a investigação no jornal em papel e ignorar o as suas versões digitais, sobretudo o “*engagement social*” que elas promovem, é fundamentada em várias considerações cruciais, especialmente quando se analisam as dinâmicas dos meios de comunicação tradicionais em comparação com as plataformas digitais. Esta escolha é justificada, em grande parte, pela relevância contínua da imprensa física e pela sua influência no cenário mediático.

A imprensa em papel continua a representar a principal fonte de receita para três dos quatro títulos selecionados. Isso sublinha a sua importância económica e a sua capacidade de manter a sua independência e qualidade. A estabilidade financeira é uma indicação clara da sua relevância.

Nos jornais em papel, a hierarquia gráfica reflete, de maneira mais evidente, os critérios de hierarquização do conteúdo feita pelos *gatekeepers*, ou seja, os editores e jornalistas responsáveis pela seleção e apresentação das notícias. Esta hierarquia pode fornecer pistas

valiosas acerca dos tópicos a que é dada prioridade, e quais as questões de importância pública, políticas ou sociais a que é dado destaque.

Os jornais em papel oferecem um ambiente de leitura que promove um consumo mais profundo e reflexivo das notícias. Os leitores tendem a dedicar mais tempo à leitura de artigos impressos em comparação com a leitura superficial nas redes sociais. Isso é relevante para a análise da noticiabilidade, uma vez que permite uma avaliação mais completa da forma como os temas são abordados.

A impressão física é muitas vezes percebida como mais autêntica e credível do que o conteúdo digital, que pode ser suscetível a manipulações e desinformação. Isso torna os jornais em papel uma fonte confiável para entender como a noticiabilidade é moldada e percebida.

Em suma, embora as plataformas de social media tenham um papel crescente na disseminação de notícias e na criação de *engagement*, não devemos subestimar a influência e o alcance duradouros dos jornais impressos. Ao centrar a investigação na noticiabilidade desses jornais, é possível obter uma compreensão mais profunda das decisões editoriais, dos critérios de seleção e da forma como a informação é apresentada ao público. Isso contribui para uma visão mais completa do ecossistema mediático contemporâneo.

Para a decisão relativamente aos dois títulos regionais, tivemos necessariamente em conta a **delimitação geográfica**. É bem certo que o país tem centenas de títulos passíveis de integrarem o estudo no que diz respeito à imprensa regional. A circunscrição geográfica à região teria de ser uma necessidade, sob pena de estarmos na presença de um trabalho gigantesco que seria impraticável. Por esta razão, fará todo o sentido que essa circunscrição esteja relacionada com a nossa geografia de operação. Por outro lado, a facilidade de acesso às fontes — pela proximidade e pelo conhecimento — torna-se numa vantagem inquestionável para a obtenção dos resultados. Ademais, a proximidade geográfica com um dos grandes polos de religiosidade do planeta, como é o caso do Santuário de Fátima no que ao catolicismo diz respeito, permitir-nos-á a aferição de novos fatores nas variáveis que se pretendem ver a estudar. Poder-se-á argumentar que, dada a proximidade, os números finais poderão ser naturalmente inflacionados e levar a apresentar conclusões distorcidas da realidade da imprensa. Sendo essa possibilidade uma realidade, com toda a certeza será tida em conta aquando da análise dos conteúdos que integrarão o nosso lote

de referências religiosas. Como afirma Cunha, “a Análise dos Media não pode deixar de ter em conta todos estes níveis de comunicação na sociedade, na medida em que todos eles interferem e integram os processos de comunicação de massa” (2012:40). No que diz respeito aos dois títulos nacionais, este tipo de delimitação apenas se aplica enquanto produtos que operam no território português.

Resumindo, a delimitação geográfica aplica-se aos dois títulos regionais e é justificada pela proximidade relativamente aos realizadores do estudo, pelo conhecimento do panorama jornalístico e pela afinidade territorial com um local de culto de nível mundial.

Se a delimitação geográfica é pacífica, o mesmo não se pode dizer da **delimitação editorial**. A escolha dos títulos em questão teve em consideração alguns fatores, sendo que, para nós, o mais importante será a importância dos títulos em questão em comparação com os seus congéneres, importância essa que não advém dos números respeitantes à tiragem ou vendas, mas da sua consensual qualidade quer gráfica, quer jornalística.

Definidas as escolhas sobre os títulos a integrarem o nosso objeto de análise, a fase seguinte passa por definir o período de análise e fazer a respetiva **delimitação cronológica**. “Definir um período de análise é muito importante, não só porque os jornais diários tendem a incorporar os ritmos e os temas sazonais, como porque o período selecionado pode determinar a natureza do estudo” (Cunha, 2011: 245).

Dado o objeto do nosso estudo serem os assuntos religiosos, inicialmente propúnhamos encontrar um assunto-âncora relativamente recente em volta do qual pudesse girar toda a nossa pesquisa. Esse assunto não seria o foco da nossa pesquisa, que é de âmbito muito mais alargado, mas funcionaria como ponto de partida ou referência para essa mesma pesquisa. O facto de ser um assunto religioso que foi transversal a toda a imprensa, quer nacional quer regional, e que mobilizou profissionais da maior parte da comunicação social generalista, seria um garante de que, pelo menos essas notícias nos forneceriam uma possibilidade de comparação entre as duas áreas — regional e nacional — de atuação da imprensa generalista. Referimo-nos à visita do Papa Francisco ao Santuário de Fátima em maio de 2017, por ocasião do centenário das aparições na Cova da Iria e da canonização dos pastorinhos Francisco e Jacinta. Porém, concluímos que os resultados obtidos poderiam apresentar-se bastante enviesados, pelo que esse possível critério acabaria por

ser abandonado. De qualquer forma, não descartamos a possibilidade da temática “Fátima” e “Papa”, serem assuntos com enorme relevância na agenda mediática.

Pelo que fica dito, abandonámos a definição de um centro cronológico, para centramos o nosso estudo nas publicações mais recentes, garantido assim a atualidade dos seus resultados. Portanto, o corte cronológico compreenderá todas as edições dos quatro títulos publicadas no período de três meses situado entre março e junho de 2019, inclusive, o que dará um total de mais de duas centenas edições.

### ***Processo de recolha de dados***

Estabelecido o *corpus* de análise e o respetivo recorte temporal, o procedimento seguinte passa por fazer a identificação das notícias a analisar. Esta tarefa é processualmente mais complicada, sobretudo pelo assunto em causa. Iremos precisar de responder à questão que Isabel Cunha levanta adaptada a questões religiosas: “Como se identificam e codificam as notícias sobre” (Cunha, 2011: 246) religião? A mesma autora explica que

a identificação e a codificação exigem conhecimento da área e instrumentos de seleção de conteúdos fundados em unidades de análise (por exemplo, os títulos e subtítulos, os dois primeiros parágrafos, etc.). A decisão sobre a matéria a analisar deve ter em conta fatores externos – tais como a dimensão da tarefa, a exequibilidade da mesma, o tempo para obtenção de resultados, os recursos humanos e tecnológicos disponíveis – e internos, nomeadamente os aparatos teóricos e metodológicos de análise (Cunha, 2011: 246)

Por ora, iremo-nos focar nos critérios de seleção. Este processo será feito, numa primeira fase, com uma leitura transversal do *corpus* de análise e com a construção, em simultâneo, de tabela de categorização das matérias, tanto a nível da forma como do conteúdo e discurso, através da identificação de determinadas variáveis. Nas pesquisas feitas, não encontramos estudos que nos pudessem dar pistas de classificação de notícias dentro da temática do nosso estudo. A este respeito, Isabel Cunha refere que,

nesta etapa, a observação — enquanto conjunto de operações que fundamenta o modelo de análise, a construção de hipóteses e a formulação de conceitos — é o procedimento que alicerça o prosseguimento da pesquisa. Morin (1985: 15) considera que a objetividade científica é um problema complexo que depende de um conjunto de fatores subjetivos e objetivos. Entre os primeiros, enumera as características individuais

do observador, a sua visão de mundo, a qualidade das suas experimentações e o relacionamento que mantém com a sociedade e os seus pares. No que concerne os fatores objetivos, enfatiza a integração na cultura do campo científico, a aceitação das regras do campo, bem como o posicionamento, crítico ou acrítico, que assume face aos conflitos teóricos, metodológicos e ideológicos. (Cunha, 2012: 74)

Para este efeito, iniciámos uma prospeção preparatória que nos permitiu definir alguns parâmetros. Na constituição inicial do nosso *corpus* temos em consideração todos os artigos que na sua totalidade ou apenas parcialmente refiram temáticas que, numa leitura imediata, se associam a religião quer a nível institucional quer ao nível dos próprios ritos ou eventos, ou até mesmo ao nível das conexões culturais, patrimoniais ou sociais. Esta opção permite-nos uma amplitude de atuação nesta fase que proporciona a construção de um acervo que prevemos relativamente avantajado que, na fase de análise de conteúdos nos obrigará a categorizar o grau de relação entre a notícia e a temática da religião. Importa ainda referir que, neste processo, iremos proceder à digitalização das páginas onde se verifica a existência de conteúdos para posterior análise mais detalhada e qualitativa.

### ***Crítérios de seleção de peças***

Embora num primeiro momento tenhamos feito um levantamento de todas as peças com referência, mesmo que indireta ao catolicismo/religião, imediatamente optámos por considerar apenas aquelas que tinham valor-notícia. Assim, ficam de fora da análise os textos que se referem a questões de património histórico e cultural (p.e. o incêndio da Notre Dame) e os textos de opinião (por não serem, obviamente, considerados notícia).

Foram selecionadas todas as notícias para análise onde se percebeu o tema da religião católica ou conexo numa leitura imediata e sem análise de conteúdo. Esta perceção foi centrada na análise dos títulos, *leads*, olhos ou imagens e/ou gráficos.

Por outro lado, excluíram-se os conteúdos que

- a) integrassem secções periféricas tais como “agenda” ou “lazer”;
- b) fizessem apenas alusões secundárias pontuais e breves à religião, e centradas em, por exemplo, património artístico, mas sem ou com ténue referência indireta à religião;
- c) textos de opinião;

- d) comentários litúrgicos (neste caso, com referência especial ao semanário *Reconquista*).

É importante também referir que as reportagens mais extensas que integram várias peças graficamente independentes foram consideradas como apenas um item.

Este processo de recolha, será acompanhado do preenchimento de campos que determinamos numa tabela criada especificamente para o efeito, conforme lista e descrição que se segue.

Campos de **identificação** da peça. Estes campos são considerados imprescindíveis para a identificação da notícia. Definiram-se os seguintes: o título do jornal, a data da publicação, o número da edição e o número da página.

Campo **IPTC**. Neste campo, que se assume como um dos principais para enquadrarmos as peças na temática específica, optámos por nos basearmos na categorização indicada pelo The International Press Telecommunications Council<sup>5</sup>. Esta ferramenta de padronização de informação que é universalmente usada sobretudo no âmbito dos metadados de fotografias, também integra uma plataforma que inicialmente se designava por “Subject Codes” e que atualmente (desde dezembro de 2010) é conhecida por “Media Topic NewsCodes”<sup>6</sup>. Como naturalmente se compreende, apenas considerámos os tópicos que fossem enquadrados no nosso objeto de estudo, que resultou a lista que se segue:

- Concordata

---

<sup>5</sup> De acordo com o sítio oficial — [iptc.org](http://iptc.org) — “The International Press Telecommunications Council (IPTC) was established by a group of news organizations including the Alliance Européenne des Agences de Presse, ANPA (now NAA), FIEJ (now WAN) and the North American News Agencies (a joint committee of Associated Press, Canadian Press and United Press International) to safeguard the telecommunications interests of the world’s press. Since the late 1970s IPTC’s activities have primarily focused on developing and promoting industry standards for the exchange of news data of all common media types”.

<sup>6</sup> O Media Topic NewsCodes é uma taxonomia de 1100 termos do IPTC com foco em texto. O desenvolvimento começou com os “Subject Codes” e estendeu a árvore para 5 níveis e reutilizou os mesmos 17 termos de nível superior. Os termos abaixo do nível superior foram revistos e reorganizados. Cada “Media Topic” fornece um mapeamento que encaminha para os “Subject Codes”.

Este mapeamento pode ser consultado no seu formato em “árvore” nesta página: <https://show.newsco-des.org/index.html?newsco-des=medtop&lang=pt-PT> ou ainda em formato de fichas nesta página: <https://cv.iptc.org/newsco-des/mediatopic?lang=pt-PT>

- diálogo inter-religioso
- conflito religioso
  - perseguição religiosa
- Festa litúrgica (festa ou feriado religioso)
  - procissão tradicional
  - bênção
  - evento periódico
  - festa / romaria
- Ritual (sacramento ou evento celebrativo)
  - Missa
  - Peregrinação
  - funeral
- instalações religiosas (e território)
  - igrejas
  - santuários
  - paróquias
- instituições religiosas e relações com o estado
  - educação
  - segurança
  - política
  - solidariedade
- líder religioso
  - papa
  - cardeal
  - bispo
  - padre
  - Santo
- textos religiosos
  - bíblia
  - documentos santa sé
  - Outros docs

A esta lista também se adicionaram outros tópicos que foram achados pertinentes para uma mais eficaz catalogação temática e que foram usados como segundo tópico em complemento do principal (em alguns casos foi mesmo considerado principal, como é o exemplo dos “abusos sexuais”)

- abusos sexuais
- finanças
- disciplina e organização
- aborto
- crime diverso / investigação
- comportamento
- feminismo / homossexualidade
- outro evento
- catástrofe
- terrorismo

Campo **Nuvem**. Para o preenchimento deste identificador, recorreremos à contagem os termos do texto de cada peça para obtermos a lista dos três termos mais usados em cada uma delas. Para este campo apenas foram consideradas as peças que tivessem uma mancha que correspondesse a, pelo menos, 80% da página (ou 4/5)<sup>7</sup>. Como afirma Paulo Silva e Tânia Jorge. As “nuvens de palavras são recursos gráficos que representam frequências de termos em hipertextos. São imagens compostas de palavras utilizadas em um texto nas quais o tamanho de cada palavra indica sua frequência ou importância” (P. V. Silva & Jorge, 2019;43). Explicam ainda que as nuvens de palavras “têm sido consideradas uma opção à análise de textos e na disseminação de resultados de pesquisas de abordagem qualitativa” e “acrescentam clareza e transparência na comunicação de ideias, revelando padrões interessantes a análises posteriores” (idem).

Campo **Área**. Este campo de caráter quantitativo apresenta a área ocupada em percentagem pela notícia relativamente à página respetiva.

---

<sup>7</sup> Para este campo foi escolhida a ferramenta disponível na página <https://voyant-tools.org/>. Foi escolhida de entre uma lista que integrava também <https://contadordecaracteres.pt/>, <https://linguakit.com/pt/>, e <http://pt.wordcounter360.com/>

Campo **Chamada**. Indica se a peça em causa tem chamada de primeira página.

Campo **Autor**. Indica se o autor da peça em referência está ou não identificado ou se é de agência noticiosa.

Campo **Género Jornalístico**. Para este item foram considerados os seguintes géneros jornalísticos: Notícia, Entrevista, Reportagem, Breve e Fotorreportagem

Campo **Valorização Gráfica**. Para a valorização gráfica foram considerados três elementos: a imagem (ou fotografia), a infografia e outras marcas visuais diversas.

Campo **Grau de Relação**. Embora este campo possa ser desajustado relativamente ao que se pretende neste estudo (como vimos anteriormente, são selecionadas as peças que tenha a ver com a Igreja Católica), algumas das notícias encontradas, pese embora tratem de assuntos periféricos (p.e. a administração de uma instituição pertencente à Igreja), a sua abordagem é feita a partir da sua ligação evidente à Igreja Católica e, por isso, haver uma interferência direta na sua imagem e/ou reputação. Sabendo que o fenómeno e as questões religiosas são bastante abrangentes, há razão para a criação destes dois graus de relação: o (1) direto, quando é feita uma abordagem a um acontecimento ou serviço religioso propriamente ditos, e o (2) indireto, quando a ligação a questões religiosas é estabelecida pela existência ou foco em personalidades, organizações, património ou eventos com abordagem marginal (nas situações em que o evento sendo religioso, o tema da notícia é lateral).

Campo **Geografia do Acontecimento**. Para este campo são considerados quatro níveis: internacional, nacional, regional ou local.

Campo **Tema**. Este campo complementa o campo IPTC, apenas diferenciando-se por não ser tão hermético e poder ser mais descritivo.

Campo **Ator**. Categoriza o ator principal da peça.

Campo **Género do Ator**. Identifica o ator principal da peça a partir das seguintes opções: masculino, feminino e neutro ou coletivo.

Campo **Idade do Ator**. Faz uma estimativa da faixa etária do ator, integrando-o numa das seguintes classes: criança, jovem, adulto, sénior ou coletivo.

**Campo Identificação das Fontes.** Embora Aldo Schmitz disponha de obra onde apresenta de forma organizada e desenvolvida uma classificação de fontes que nos podia servir de paradigma (Schmitz, 2011), optámos por reduzir o número das variáveis para facilitar o tratamento dos dados sem deixar de ter uma perceção geral do que está em causa neste particular. No caso do presente estudo, as fontes podem ser identificadas, não identificadas ou anónimas.

**Campo Género das Fontes.** Também a identificação do género (em sentido muito lato) é aplicada às fontes, seguindo estas opções: masculino, feminino, coletivo, não-pessoal ou não aplicável.

**Campo Número das Fontes.** Quantifica as fontes referenciadas. Campo muito secundário.

**Campo Geografia das Fontes.** Tal como o campo “geografia do acontecimento”, para este campo são considerados quatro níveis: internacional, nacional, regional ou local.

TIT	Data	Estado	clp	IPC T	IPC C2	Nº Ed.	Pg	Novem 1	Novem 2	Novem 3	10 Palavras mais frequentes no Corpus	Caracteres inv. espigos	Area	Area_%	Chama da	Autor	Generacionalístico	Valência/Reflexiva	Gênero da religião	Geografia do acontecimento	Tema	Ator	Gênero	Idade	Identificação das fontes	Gênero das fontes	Número de fontes	Geografia das fontes
CM	10/06/19		cm05	84	05		8	padre	exorcista	humberto	padre (8); exorcista	1,00	100%	0	1	3	1,3	2	3	padre acusado de violação	padre	1	3	1	1,3	2	3	
CM	11/06/19		cm06	52			19	crianças	oração	peregrinação	crianças (9); oração	1,00	100%	0	1	3	1,3	1	2	peregrinação das crianças a fátima	crianças	3	1	1	1	1	2	
PB	24/04/19		pb009	31	001	10.593	28	governo	ministro	dassh	dise (7); governo	1/1	100%	1	1	3	1,3	2	1	Religião / Terrorismo/Perseguição	religios	3	5	1	1,4	>9	1	
PB	29/05/19		pb010	84	05	10.528	20	acusação	mulher	instigação	acusação (12); jovi	1/1	100%	1	1	3	1,3	1	4	crime, escravidão, padres	padre	1,2	3	1	4	1	2	
RQ	24/04/19		rq001	43			3	igreja	deus	d. antonio de	igreja (10); deus (7)	1/1	100%	0	0	3	1	1	3	evento religioso	bispo	1	3	1	1	2	3	
CM	13/06/19		cm054	84	05		10	humberto	mulher	fátima	gama (9); mulher (6)	6/5	120%	1	1	3	1,3	2	4	crime, padre	padre	1	4	1	1	1	4	
CM	10/04/19		cm007	84	01	20190410	10	creche	padre	mãe	creche (11); pad	7/5	140%	0	1	3	1,3	1	4	abuso sexual	padre	1	3	2	1,3	4	3	
CM	15/04/19		cm014	43		20190415	24	jesus	d.	missa	jesus (7); d (6); mis	7/5	140%	1	1	3	1,3	1	1	liturgia / semana santa	igreja	3	3	1	1	8	1	
CM	09/05/19		cm038	52			24	fátima	maria	13 peregrinos	mar	8/5	160%	0	2	3	1,3	1	2	peregrinação	peregrinos	3	5	1	1,2	3	4	
CM	10/05/19		cm041	52			24	peregrinos	fátima	femeira	peregrinos (12); fát	8/5	160%	0	2	3	1,3	1	2	peregrinação	peregrinos	3	5	1	1,2	4	4	
CM	12/05/19		cm04	52			26	fátima	peregrino	caminhada	fátima (12); peregr	8/5	160%	1	2	3	1,2,3	1	2	peregrinação	peregrinos	3	5	1	0	0	4	
CM	13/05/19		cm042	52			10	fátima	peregrino	santuário	fátima (17); peregr	8/5	160%	1	2	3	1,2,3	1	2	peregrinação	peregrinos	3	5	1	1	5	2	
CM	14/05/19		cm043	52			10	peregrino	fátima	crianças	peregrinos (13); fát	8/5	160%	0	2	3	1,3	1	2	peregrinação, segurança	peregrinos	3	5	1	1,2	6	2	
PB	19/05/19		pb008	07	03	10058	24	mulher	igreja	papa	mulheres (21); igre	8/5	160%	1	1	3	1,3	1	1	feminismo, igualdade	mulheres	2	3	1	1,2	3	1,2	
CM	17/04/19		cm063	61	09	20190417	24	catedral	NotreDam	bombeiros	catedral (9); notred	2/1	200%	0	1	3	1,3	2	1	notre dame incendio	património	3	0	1	1	3	1,2	
CM	18/04/19		cm015	41	43	20190418	24	senhor	procuração	santa	senhor (9); procur	2/1	200%	0	1	3	1,3	1	2	semana santa	religios	3	5	1	1	2	4	
CM	19/04/19		cm019	43	88	20190419	24	manuel	pás	patriarca	d (12); manuel (9)	2/1	200%	1	1	3	1,3	1	1	semana santa	bispo	1	3	1	1	5	1,2	
CM	21/04/19		cm07	43			26	pascal	páscoa	castelodivide	pascal (9); páscoa	2,00	200%	0	1	3	1,3	1	2	páscoa, tradição	papa, féie, bispo	3	5	1	1,2	3	2	
CM	24/04/19		cm020	31		20190424	24	Sri-lanka	ataques	autoridades	sri-lanka (13); ataq	2/1	200%	0	1	3	1,2	1	1	ataque sri lanka	terroristas	1	3	1	1	2	1	
CM	19/06/19		cm062	84	06	link	4	padre	júlio santos	fotografia	padre (20); júlio (15)	2/1	200%	1	1	3	1,3	1	3	comportamento sexual de padre	padre	1	3	1	1	7	4	
PB	04/04/19		pb003	01	83	10.593	20	estado	pnj	jovens	estado (14); pnj (11)	2/1	200%	1	1	2	1,3	1	2	Abusos sexuais / JMJ	bispo	1	3	1	1	1	2	
PB	13/04/19		pb021	01	07	10.582	16	mulher	igreja	diácono	mulheres (43); igre	2,00	200%	0	1	2	1,3	1	1	Feminismo / Diácono feminino	mulheres	2	4	1	3	1	1	
PB	21/04/19		pb004	91		10.590	12	bíblia	tradução	deus	símbia (19); traduç	2/1	200%	1	1	3	1,3	1	2	Religião / Cultura	bíblia	3	0	1	1,4	5	2	
PB	22/04/19		pb005	31	001	10.591	28	sri-lanka	pessoas	colombo	sri-lanka (15); pess	2/1	200%	1	1	3	1,2,3	1	1	Religião / Terrorismo/Perseguição	religios	3	5	1	1,4	9	1	
PB	28/04/19		pb008	01	83	10.597	12	comissão	diocese	abusos	comissão (17); d (1)	2/1	200%	1	1	3	1,3	1	2	Igreja / Organização / Comissão abusos	diocese	1	3	1	1,3	>9	2	
PB	29/04/19		pb007	84		10.598	16	padre	seminário	formação	padre (17); seminá	2/1	200%	0	1	3	1,3	1	2	Igreja / Organização / padres	padre	1	3	1	1	8	2	
CM	20/04/19		cm017	43	88	20190420	23	crúz	crisito	páscoa	crúz (13); crisito (1)	5/2	250%	0	1	3	1,3	1	1	páscoa, tradição	bispo	1	3	1	1	2	1,2	
PB	23/04/19		pb002	31	001	10.592	2	pessoas	sri-lanka	crístos	pessoas (18); srlai	3/1	300%	1	1	3	1,3	1	1	Religião / Terrorismo/Perseguição	religios	3	5	1	1,4	8	1	

Tabela 1: exemplo de tabela a preencher na fase de recolha de notícias

## Capítulo III – O LUGAR DO CATOLICISMO NA IMPRENSA

### Processo de análise das notícias

Após a recolha e inventariação das peças a integrarem o *corpus* de análise, passamos à análise propriamente dita.

De acordo com Isabel Cunha, “a análise faz-se com base no conhecimento de área e em unidades de amostragem sintáticas (palavras e núcleos de palavras), proposicionais (frases ou parágrafos), temáticas ou semânticas, onde é necessário um significativo trabalho de construção do analista” (Cunha, 2011: 246). Quer isto dizer que, nesta fase, será feita uma leitura mais aprofundada do *corpus* a fim de permitir uma análise mais detalhada nas diversas variáveis, o que requer uma construção de um modelo de análise (2012: 69) adaptado ao nosso objeto de estudo. A mesma autora explica ainda que

a análise do conteúdo objetiva quantificar e tratar estatisticamente dados recolhidos num conjunto alargado de textos (impressos, visuais, sonoros, etc.), com vista a construir inferências e interpretações (...) Os procedimentos técnicos inerentes à análise de conteúdo implicam, ainda, a formulação de categorias unívocas de análise, isto é, categorias fundamentadas teoricamente e justificadas, de forma a atenuarem as ambiguidades de interpretação, utilizando-se para tal um instrumento de registo de definições, a que se dá o nome de *code book* (Cunha, 2012: 83)

Nesta fase, uma das dificuldades foi a determinação de um modelo válido para este processo. Nas nossas pesquisas, em momento algum encontramos qualquer grelha, tabela ou orientação dentro da nossa temática, pelo que tivemos de nos socorrer de outros trabalhos para posterior adaptação. Felisbela Lopes (2012: 10), num estudo sobre a temática da doença, ajuda-nos com algumas pistas para análise de artigos noticiosos. A já anteriormente citada Isabel Cunha também enumera uma quantidade relativamente extensa de variáveis de análise distribuídas por três grupos: forma, conteúdo e discurso (2012: 82ss). Das duas autoras fizemos uma recolha e adaptámo-la às nossas pretensões.

Sobre as variáveis de *forma*, algumas já foram assinaladas e descritas aquando do processo de recolha de dados, conforme se pode verificar no capítulo anterior.

De referir que o estudo pretende aferir questões mais qualitativas que discorrem da análise mais aprofundada dos conteúdos e dos discursos usados. Será um aspeto a ser oportunamente objeto de análise ficando a sua metodologia a depender dos dados obtidos em todas as variáveis anteriores e de uma maior reflexão subjetiva sobre esta área de análise. Adiantamos que poderão ser analisados aspetos decorrentes de uma análise textual que podem ser transversais a uma grande parte dos conteúdos noticiosos encontrados. Em jeito de exemplo, podemos-nos focar numa determinada personalidade religiosa que é recorrentemente ator nas notícias encontradas e tentar perceber as várias abordagens que lhe são feitas.

## O espaço do objeto de estudo

Após o levantamento de peças noticiosas elegíveis para o estudo, pretendeu-se ter uma perspetiva mais abrangente da relevância que aquelas têm relativamente ao *corpus* analisado, estabelecendo uma relação de proporcionalidade direta entre o número de edições publicadas para análise e o número de edições que têm, pelo menos, uma notícia elegível. Conforme se pode constatar na Tabela n.º 1, o corte temporal escolhido permitiu a análise de um total de 212 edições, das quais, 182 são referentes aos dois títulos diários (*Público e Correio da Manhã*) e 28 correspondem aos dois semanários (*Jornal de Leiria* e a *Reconquista*). Foram encontradas 95 edições com peças passíveis de serem enquadradas na temática “catolicismo”, o que corresponde a quase metade (45%). Como é expectável, a distribuição desta proporcionalidade pelos vários títulos está longe de ser equivalente, destacando-se a *Reconquista* por ter peças elegíveis na totalidade das suas edições (13 edições). Este volume explica-se naturalmente por ser um título propriedade da Igreja e, no seu estatuto editorial, declarar ser de “inspiração cristã”<sup>8</sup>.

---

<sup>8</sup> Conforme se pode ler no *website* da publicação, “O *Jornal Reconquista*, de Castelo Branco, nasceu no dia 13 de maio de 1945 e teve como primeiro diretor Albano Costa Pinto. É atualmente propriedade da Fábrica da Igreja da Paróquia de S. Miguel da Sé e desde a sua fundação é um semanário regional de informação geral e de inspiração cristã”. (*in* <https://www.reconquista.pt/informacoes> acessado em 16 de fevereiro de 2022)

*Tabela nº 1 - Corpus analisado vs. Selecionado*

Publicação	Edições publicadas	Edições com peças elegíveis
<i>Correio da Manhã</i>	91 100%	62 68%
<i>Jornal de Leiria</i>	13 100%	5 38%
<i>Público</i>	91 100%	15 16%
<i>Reconquista</i>	13 100%	13 100%
TOTAL	212 100%	95 45%

A proporcionalidade entre edições com peças elegíveis e o total das edições publicadas das restantes três publicações, baixa consideravelmente. A percentagem mais expressiva corresponde ao *Correio da Manhã*, cujas 62 edições (68% de 91 edições) superam a média geral em 27 pontos percentuais. Na terceira posição está o *Jornal de Leiria*, com 38%, e o último lugar é ocupado pelo *Público* com 16% (15 edições elegíveis, em 91 publicadas).

Partindo dos resultados da Tabela nº 1 e fazendo uma análise mais aprofundada do número de peças encontradas relativamente ao número de edições, mais uma vez destaca-se a *Reconquista* cujas 86 notícias encontradas correspondem a uma média com mais de seis peças por edição. Os resultados, expressos na Tabela nº 2, mostram ainda que o *Correio da Manhã* apresenta uma peça por cada edição de publicam, ao passo que o *Jornal de Leiria* e o *Público* precisam, respetivamente, de cerca de três e cinco edições para se encontrar uma notícia sobre a temática em estudo.

*Tabela nº 2 - Média de peças encontradas*

Publicação	Peças	Média por total de edições	Média por edições selecionadas
<i>Correio da Manhã</i>	92	1,01	1,48
<i>Jornal de Leiria</i>	5	0,38	1,00
<i>Público</i>	18	0,20	1,20
<i>Reconquista</i>	86	6,62	6,62
TOTAL	201	1,02	2,38

No geral, os números totais referem uma peça por edição publicada e mais de duas peças em cada edição onde se pode encontrar um artigo selecionável.

## **A importância do género jornalístico**

Silva, numa referência aos jornais brasileiros, afirma que estes dividem os géneros jornalísticos em quatro grandes grupos, a saber: informativo, interpretativo, opinativo e entretenimento (P. H. Silva, 2007:10). No entanto, a em concordância com o mesmo autor, não achamos que seja pertinente este tipo de enquadramento. Como já foi observado, o interesse remete-se apenas para os conteúdos que são jornalísticos na verdadeira acepção da palavra, isto é, que tenham carácter informativo e apresentem relatos de factos o mais objetivo possível. O mesmo autor insiste na diversidade de conceitos no que diz respeito à identificação e categorização de géneros jornalísticos ao ponto de discorrer sobre uma vasta variedade. Assim, acaba ele próprio por catalogar doze géneros jornalísticos a partir do que ele chama de “categorias de texto” (P. H. Silva, 2007:68). São eles: “1) carta ao leitor; 2) cartas dos leitores; 3) chamadas; 4) editorial; 5) entrevista; 6) errata; 7) índice; 8) notícia ou reportagem; 9) “ombudsman”; 10) perfil; 11) texto-legenda; 12) textos informativos”.

Também Paula Lopes é de opinião de que “a identificação, definição e ordenação em categorias dos vários “modos” de narrativa, formas de classificação ou rotinas próprias da escrita a que chamamos “géneros” é manifestamente ambígua e discutível” (Lopes, 2010). No entanto, a necessidade de distinguir os diversos formatos levou a autora a criar também ela dois grupos que “ordenam” o que ela chama de “material informativo”, e que “produzem discursos sociais mais ou menos diferenciados”. E identificou-os da seguinte forma:

Informativos, onde se incluem a notícia, a breve, a reportagem, a entrevista, o inquérito.

Opinativos, onde se incluem o editorial, o artigo de opinião, o artigo de análise, o comentário, a crónica. (Lopes, 2010)

Melo & Assis são de opinião que “duas características básicas definem um género: a sua aptidão para agrupar diferentes formatos – todos com carácter comum, embora diferentes entre si – e sua função social” (Melo & Assis, 2016:49). A partir daqui, eles próprios

sugerem a distribuição de formatos criada por Marques de Melo e que é amplamente difundida no Brasil. Nela são integrados os diversos estilos de jornalismo por cinco grandes géneros: informativo, opinativo, interpretativo, diversional<sup>9</sup> e utilitário (Melo & Assis, 2016:51). No que diz respeito ao primeiro género — o informativo, que é o que realmente nos interessa — ele integra os seguintes estilos: nota, notícia, reportagem e entrevista (idem).

Lara refere que

apesar de serem os géneros jornalísticos reconhecidos como essenciais ao ensino, de acordo com Bonini, “ainda são pouco conhecidos, em termos académicos, os mecanismos linguísticos/sociais que caracterizam esses géneros textuais”. Ainda falta, segundo o autor, um estudo sistemático que conceitue e explique a constituição dos géneros jornalísticos. De facto, somente a partir da segunda metade do século XX, os teóricos passaram a se dedicar à sistematização dos géneros jornalísticos. A maioria deles se ocupou com classificações por categorias. E, embora haja divergência nos critérios de classificação, a maioria dos autores enquadra a notícia, a reportagem e a entrevista como jornalismo informativo. Exemplo disso, é a classificação de Melo e Beltrão, ainda que tenham adotado critérios diferentes (Lara, n.d.: 11).

Deste breve périplo, percebe-se que, atualmente, dois autores são comumente citados quando o tema é géneros jornalísticos: Luiz Beltrão e José Marques de Melo. É o caso de Tavares e Teixeira que se socorrem das suas tabelas para o seu trabalho a propósito da Blitz, um título dedicado ao jornalismo musical (Tavares & Teixeira, 2017).

Para o presente trabalho, determinou-se fazer a catalogação a partir do género informativo proposto por Luiz Beltrão e que integra os seguintes formatos: Nota (ou breve), Notícia, Reportagem e Entrevista.

Definidos os géneros jornalísticos — ou, se quisermos, *formatos*, segundo a terminologia de Beltrão — para a organização das peças integrantes do *corpus* de análise, e após uma

---

<sup>9</sup> O conceito de jornalismo *diversional*, cunhado por José Marques de Melo, “refere-se à classe de matérias consideradas agradáveis, redigidas com recursos redacionais típicos da literatura e distanciadas do relato puro e simples que predomina no noticiário informativo. O termo *diversional* consta, pois, em taxonomia elaborada pelo referido autor a respeito dos géneros jornalísticos. Trata-se de neologismo, sem palavra correlata noutra língua, e que, de facto, se remete transversalmente à ideia de diversão. Ideia por vezes incompreendida, a bem da verdade, porque não raramente confunde-se conteúdo com forma” (Assis, 2016, p. 143).

leitura imediata da Tabela n.º 3, percebemos imediatamente que o mais comum no jornalismo em geral também é o mais comum nas peças que encontramos. As 105 peças do género *notícia* representam cerca de metade (52%) do total de peças encontradas, verificando-se uma variação entre os 33% e os 60% nas quatro publicações analisadas. Também será interessante verificar que os títulos com maior preponderância deste género (ambos com 60%), são aqueles que consideramos como imprensa regional — *Reconquista* e *Jornal de Leiria* —.

Se o jornal *Público* é o que apresenta dos números mais modestos na rubrica anterior, já o género *entrevista* neste diário é o único representante. Foram encontradas duas peças o que, no total, é um número que corresponde a uma residual percentagem de 1%. A este género junta-se o da *fotorreportagem* que apenas conta com uma peça, também ela no jornal *Público*.

*Tabela n.º 3 - Distribuição de géneros jornalísticos por publicação*

Publicação	Not.	Ent.	Rep.	Breve	Foto-rep.	Total	% Corpus
<i>Correio da Manhã</i>	44 48%	0 0%	29 32%	19 21%	0 0%	92 100%	46%
<i>Jornal de Leiria</i>	3 60%	0 0%	1 20%	1 20%	0 0%	5 100%	2%
<i>Público</i>	6 33%	2 11%	9 50%	0 0%	1 6%	18 100%	9%
<i>Reconquista</i>	52 60%	0 0%	10 12%	24 28%	0 0%	86 100%	43%
TOTAL	105 52%	2 1%	49 24%	44 22%	1 0%	201 100%	100%

A *reportagem* e a *breve* são géneros que, embora divergentes entre elas, nomeadamente ao nível da área que ocupam, apresentam números semelhantes: 24% e 22% respetivamente. No caso da *reportagem* este é o género privilegiado pelo *Público*, com 9 peças (50% do seu total), ao passo que, no extremo oposto, está *Reconquista* com 12% do seu total de peças, embora em termos absolutos conte com mais uma que o diário. Mais uma vez, o outro jornal regional (*Jornal de Leiria*) tem números equiparados: 20% das suas peças são reportagens, mas esse valor apenas traduz-se efetivamente na publicação de apenas uma peça. Relativamente ao género *breve*, o jornal de inspiração cristã é o que apresenta a maior percentagem (28% das suas peças), seguindo do *Correio da Manhã*

(21% das suas peças). O *Público* não tem nenhuma peça o que, tendo em conta os restantes números, pode levar a concluir que privilegia conteúdos mais desenvolvidos e aprofundados. Mais uma vez, o *Jornal de Leiria* apresenta apenas uma breve.

### **As temáticas privilegiadas**

Como afirmámos anteriormente, socorremo-nos dos *tópicos de media* do International Press Telecommunications Council (IPTC) para a catalogação das temáticas do *corpus*. Esta opção vem na linha lógica da publicação de conteúdo jornalístico com o advento da *web* e do surgimento de plataformas multimédia e interativas nas quais a digitalização do conteúdo está a impor mudanças nos modelos atuais para produção de conteúdos jornalísticos e respetiva organização (Prazeres et al., 2003:2).

Estas mudanças buscam racionalizar a maneira com que os jornalistas compõem seu material (possivelmente um documento multimédia), principalmente quando a mesma notícia deve ser apresentada em diferentes meios de comunicação e estar disponível para ser recuperada por ferramentas baseadas em metadados, marcas e elos estabelecidos no conteúdo da notícia. (Prazeres et al., 2003:2)

A Tabela n.º 4 dá-nos dois tipos de informação que permitem entrar dentro do campo da análise temática. Para além de enumerar os assuntos abordados no *corpus*, também quantifica a presença desses mesmo assuntos e coloca-os por ordem de importância. Neste ponto é importante referir que, embora e naturalmente as peças analisadas possam referir vários temas ou tópicos em simultâneo, apenas foi assinalado o mais evidente dentro de cada uma dessas peças.

No topo da lista de tópicos, surge a categoria *evento periódico* que marca presença em 34 artigos noticiosos, correspondendo a 16,9% do total. Esta categoria, como o próprio nome indica, refere-se a eventos regulares de âmbito religioso e que têm a ver, em grande parte, com o calendário litúrgico. Neste item incluem-se as quadras festivas de que são exemplo o Natal, a Páscoa e outras festas litúrgicas assinaláveis. De facto, tanto a Páscoa como o Natal têm uma relevância na vida comunitária e individual, pelo que se transforma por si próprias e amiudadas vezes em valor-notícia. No entanto, evidencia-se neste ponto uma curiosidade que será explicável pelo estatuto editorial de cada publicação: tanto o semanário regional *Jornal de Leiria* como o diário nacional *Público*, não contribuem para esta

percentagem. Aliás, a maior fatia das 34 peças correspondentes a *evento periódico* pertencem ao semanário de inspiração cristã *Reconquista*, com 29 referências. Este é, também e de longe, a categoria mais presente naquele título, correspondendo a 33,7% das peças.

*Tabela nº 4 - Contagem de temas IPTC*

Tema	CM	% CM	JL	%JL	PB	%PB	RQ	%RQ	Total	%Total
<i>43 evento periódico</i>	5	5,4%		0,0%		0,0%	29	33,7%	<b>34</b>	<b>16,9%</b>
<i>63 paróquias</i>	19	20,7%	1	20,0%					<b>20</b>	<b>10,0%</b>
<i>44 festa / romaria</i>	6	6,5%		0,0%		0,0%	11	12,8%	<b>17</b>	<b>8,5%</b>
<i>83 bispo</i>	6	6,5%			2	11,1%	6	7,0%	<b>14</b>	<b>7,0%</b>
<i>06 comportamento</i>	12	13,0%		0,0%	1	5,6%		0,0%	<b>13</b>	<b>6,5%</b>
<i>08 outro evento</i>	1	1,1%					10	11,6%	<b>11</b>	<b>5,5%</b>
<i>31 perseguição religiosa</i>	6	6,5%		0,0%	3	16,7%	2	2,3%	<b>11</b>	<b>5,5%</b>
<i>51 Missa</i>	9	9,8%					2	2,3%	<b>11</b>	<b>5,5%</b>
<i>52 Peregrinação</i>		0,0%	1	20,0%	1	5,6%	6	7,0%	<b>8</b>	<b>4,0%</b>
<i>41 procissão tradicional</i>	2	2,2%			1	5,6%	5	5,8%	<b>8</b>	<b>4,0%</b>
<i>74 solidariedade</i>	5	5,4%	1	20,0%		0,0%	2	2,3%	<b>8</b>	<b>4,0%</b>
<i>92 documentos santa sé</i>	3	3,3%					4	4,7%	<b>7</b>	<b>3,5%</b>
<i>01 abusos sexuais</i>		0,0%	1	20,0%	5	27,8%		0,0%	<b>6</b>	<b>3,0%</b>
<i>07 feminismo / homossexualidade</i>	5	5,4%			1	5,6%			<b>6</b>	<b>3,0%</b>
<i>84 padre</i>	1	1,1%	1	20,0%	2	11,1%	1	1,2%	<b>5</b>	<b>2,5%</b>
<i>53 funeral</i>	5	5,4%							<b>5</b>	<b>2,5%</b>
<i>81 papa</i>		0,0%		0,0%		0,0%	4	4,7%	<b>4</b>	<b>2,0%</b>
<i>42 bênção</i>	2	2,2%					1	1,2%	<b>3</b>	<b>1,5%</b>
<i>73 política</i>	1	1,1%		0,0%		0,0%	1	1,2%	<b>2</b>	<b>1,0%</b>
<i>91 bíblia</i>	1	1,1%			1	5,6%			<b>2</b>	<b>1,0%</b>
<i>82 cardeal</i>	1	1,1%		0,0%		0,0%		0,0%	<b>1</b>	<b>0,5%</b>
<i>02 finanças</i>							1	1,2%	<b>1</b>	<b>0,5%</b>
<i>03 disciplina e organização</i>		0,0%		0,0%	1	5,6%		0,0%	<b>1</b>	<b>0,5%</b>
<i>71 educação</i>	1	1,1%							<b>1</b>	<b>0,5%</b>
<i>72 segurança</i>	1	1,1%		0,0%		0,0%		0,0%	<b>1</b>	<b>0,5%</b>
<i>93 Outros docs</i>							1	1,2%	<b>1</b>	<b>0,5%</b>
<i>61 igrejas</i>		0,0%		0,0%		0,0%		0,0%	<b>0</b>	<b>0,0%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>92</b>	<b>100%</b>	<b>5</b>	<b>100%</b>	<b>18</b>	<b>100%</b>	<b>86</b>	<b>100%</b>	<b>201</b>	<b>100%</b>

Embora, num sentido lato, as peregrinações, festas, romarias e procissões possam ser consideradas eventos periódicos, para elas foram definidos tópicos à parte, por forma a especificar de maneira mais concreta os conteúdos de cada peça e permitirem uma análise mais correta dos resultados. Por exemplo, as peregrinações, sendo eventos muito peculiares e que assumem importância na vida de algumas comunidades ou regiões, surgem na nona posição enquanto assunto mais abordado. Aqui, o *Jornal de Leiria* e o *Público* já

têm, cada um deles, uma peça. *Reconquista* é o título que mais referências tem, com seis peças, ao passo que o *Correio da Manhã* não apresentou nenhuma. No total, o tópico *peregrinação* aparece em 4% das notícias analisadas. O tópico *procissão tradicional* apresenta valores semelhantes, representando 4% do total. Mais uma vez *Reconquista* tem a maior fatia, com cinco peças e, por outro lado, o *Correio da Manhã* já apresenta duas.

Ainda no âmbito alargado dos eventos, o tópico *festa / romaria* tem a presença mais considerável no *corpus* no que diz respeito à notícia de evento, representando 8,5% do total, que corresponde a 17 peças, levando a ocupar o terceiro lugar de assuntos mais abordados. Apenas duas publicações integraram notícias neste tópico: *Correio da Manhã* e *Reconquista*, com seis e 11 peças, respetivamente. Já o tópico *outros eventos*, onde se inserem as peças que não cabem nos que ficam atrás, tem uma representação de 5,5%, correspondendo a 11 artigos. Quase todos são do jornal *Reconquista*, cabendo ao *Correio da Manhã* apenas uma notícia. A mesma percentagem tem o tópico *Missa*, só que, neste caso, os títulos que lhe dão espaço são o *Correio da Manhã* e *Reconquista*, com nove e duas citações, respetivamente.

O tópico que surge em segundo lugar na tabela refere-se a assuntos de natureza paroquial, isto é, envolvendo uma comunidade delimitada pela sua circunscrição territorial religiosa (que, em termos civis, se equipara a *freguesia*). Embora não se tenham encontrado referências no jornal *Público*, nem n' *Reconquista*, o *Correio da Manhã* apresenta 19 peças, a que se adiciona uma do *Jornal de Leiria*.

Ainda nos lugares de topo de assuntos mais referenciados nas peças noticiosas encontradas, está o cargo “bispo”, com 7% das peças, distribuídas por três jornais: o *Correio da Manhã* com seis peças, o *Público* com duas e *Reconquista* com seis peças. Como se pode aferir ao longo do presente trabalho, a predileção do jornalismo pela referenciação de membros da hierarquia da Igreja é uma constante. Não que seja, por si só, um aspeto negativo; é antes um registo factual cujas razões passarão pela importância que têm este tipo de atores para a produção de conteúdo jornalístico e o conseqüente valor-notícia. Para além deste tópico, foram definidos outros que se lhe podem ser equiparados, por se referirem a graus da hierarquia da Igreja Católica. São eles, por ordem de número de

referências: “padre”, com uma percentagem de 2,5% (cinco peças); “Papa”, com 2% (quatro peças); e “cardeal”, com 0,5% (uma peça). Ou seja, os tópicos que aludem a cargos da hierarquia têm uma percentagem conjunta de 12% (24 peças) que os colocam no segundo lugar na tabela geral.

O tema da “perseguição religiosa” vem no posto seguinte, com 5,5%, correspondente a 11 artigos. Estes valores são iguais para o tópico “missa”, variando apenas na distribuição pelos títulos: o primeiro está presente no *Correio da Manhã*, *Público* e *Reconquista*, enquanto o segundo apenas se encontra no *Correio da Manhã* e *Reconquista*, com preponderância no diário (nove peças). Se tivermos em conta referências a atos litúrgicos ou paralitúrgicos, para além da “missa”, consideram-se os tópicos “funeral” e “bênção” (2,5% e 1,5%, respetivamente), totalizando uma percentagem de 9,5%.

## **A valorização da notícia**

### ***Mancha gráfica***

Uma das variáveis pelas quais se pode medir de forma objetiva o valor da notícia é a área ocupada pela peça. A metodologia que usámos para fazer as medições é relativamente simples e tem sempre como ponto de partida a grelha da página ou páginas em que se insere cada notícia. Assim, e a título de exemplo, uma página completa diagramada em cinco colunas, tem  $5/5$  de espaço, equivalente a 100%. Outro exemplo: se uma peça ocupa uma área de três colunas, isso corresponde a  $3/5$  de página, ou seja, 60%. Num terceiro exemplo, uma peça que ocupe a metade de duas colunas, então terá uma área de  $1/5$  ou  $2/10$ , o que, em qualquer das fórmulas, corresponde a 20%. Como se depreende facilmente, uma página equivale a 100%.

De acordo com a *Tabela nº 5*, estabeleceu-se uma média geral de área por página nos quatro títulos impressos. De acordo com os dados recolhidos, cada peça com referência ao catolicismo ocupa sensivelmente, em média, metade de uma página (49%).

*Tabela nº 5 - Média área ocupada por peça*

Publicação	Média de área
<i>Correio da Manhã</i>	56%
<i>Jornal de Leiria</i>	17%
<i>Público</i>	128%
<i>Reconquista</i>	19%
MÉDIA GERAL	49%

Numa análise a cada jornal, temos o diário *Público* em primeiro lugar no que diz respeito a esta variável, com cada peça a ter uma média de área ocupada sensivelmente mais que uma página, com 128%. Este valor está bastante distante do apresentado pelo título que se encontra na segunda posição e contrastará com a quantidade de peças que apresenta por edição. Lembramos que, de acordo com a Tabela nº 2, o *Público* é o jornal que apresenta a média mais baixa de peças integrantes do *corpus* de análise no total das suas edições (0,2). Estes números permitem depreender, sobretudo, o estilo e as opções editoriais do diário, que assentam no aprofundamento dos temas que não tem comparação nos outros três títulos. Dito por outras palavras, pode-se esperar uma maior investigação do jornal *Público* no tratamento de assuntos relacionados com a religião em geral e o catolicismo em particular.

Em segundo lugar no que diz respeito a espaço ocupado pelas notícias está o *Correio da Manhã*, com cada peça a ter uma média de ocupação de 56%, bem menos de metade dos números apresentados pelo seu congénere anterior. Este jornal, no entanto, já apresenta uma média de peças por total de edições analisadas de 1,01 (ver *Tabela nº 2*), o que representa cinco vezes mais em comparação com o *Público*. Podemos concluir que o *Correio da Manhã* tem mais atenção ao fenómeno religioso que o *Público* que, no entanto, não se traduz necessariamente em aprofundamento da temática. Mais uma vez, vai de encontro às suas opções editoriais.

É interessante verificar que os primeiros lugares deste pódio são ocupados pelos dois diários analisados que, em termos absolutos de disponibilidade de espaço efetivo, também estão à frente dos semanários estudados. Naturalmente, um título que tenha mais páginas

— porque é diário — tem sempre uma área de publicação muito maior. Resta então saber se a área ocupada pelos outros dois títulos, é proporcional aos que já abordámos.

Coincidentemente ou não, tanto Reconquista como o *Jornal de Leiria* apresentam números semelhantes com cada peça a ter um espaço de página de 19% e 17% respetivamente. Se, aqui, os números são semelhantes, já no capítulo das médias de peças por total de edições analisadas — e vamo-nos socorrer de novo da Tabela nº 2 —, encontramos uma disparidade singular: Reconquista tem uma média de 6,62 peças, ao passo que o *Jornal de Leiria* ocupa o terceiro lugar com 0,32 peças. Mais uma vez, confirmam-se as opções editoriais, sobretudo porque o primeiro título é de propriedade da Igreja e, por isso mesmo, apresenta mais notícias desse âmbito. Já o *Jornal de Leiria*, conjugando o espaço disponível e as opções editoriais evidentes, acaba por apresentar os números mais baixos neste capítulo.

### ***Chamadas***

É habitual dizer-se que a primeira página de um jornal é a sua vitrina. Quando o leitor chega à banca para comprar o seu jornal, passa os olhos pelas primeiras páginas que estão disponíveis na montra. Eventualmente, poderá escolher um outro título que não o que adquire diariamente por ter reparado de maneira especial numa chamada que lhe interessa. O impacto que as primeiras páginas têm é fundamental para fazer a diferença entre adquirir ou não adquirir o jornal por parte do leitor.

É ela a primeira coisa que o leitor vê na banca, e é ela que vai despertar, ou não, o interesse para pegarmos e decidirmos entre uma ou outra publicação, é ela que nos vai resumir o conteúdo do jornal e que nos vai destacar o que de mais importante aquela edição pode ter, chamadas de maior destaque para assuntos mais relevantes, normalmente um título ou fotografia maior, e chamadas com menor destaque para notícias não tão importantes, é muito importante que seja notada esta hierarquia. Estas chamadas devem ter impacto suficiente para fazer o leitor parar e ler, devem ser apelativas motivando assim o público-alvo a querer saber mais. (Carvalho, 2012; 23)

A Tabela n.º 6 reflete a quantidade de peças que tiveram referência em chamadas de primeira página. O jornal *Público* é o que apresenta a maior percentagem: metade das notícias identificadas, são destaque, correspondendo, em números absolutos, a nove peças.

Logo a seguir, está o *Correio da Manhã*, com 20 chamadas, correspondendo a uma percentagem de 22%. Já o jornal regional *Reconquista* apenas tem 5% de chamadas (quatro artigos) o que, mesmo assim, o deixa à frente do semanário regional *Jornal de Leiria* que não tem nenhuma menção neste capítulo.

De referir que não foi identificada nenhuma peça com destaque especial na página de abertura, pelo que todas as referências se circunscrevem a chamadas de segundo e terceiro plano.

*Tabela nº 6 - Chamadas na primeira*

Publicação	Peças Totais	Chamadas 1ª	%
<i>Correio da Manhã</i>	92	20	22%
<i>Jornal de Leiria</i>	5	0	0%
<i>Público</i>	18	9	50%
<i>Reconquista</i>	86	4	5%
TOTAL	201	33	16%

### ***Elementos gráficos valorativos***

A Tabela nº 7 indica-nos a presença dos elementos gráficos e visuais que são indicadores do valor-notícia acrescido. Mesmo considerando que atualmente e em alguns títulos, esses elementos são habituais, tendo em conta a evolução da tecnologia na área da impressão e tratamento digital, não é despiciendo reforçar a importância dos elementos gráficos. À cabeça deles está, naturalmente, a fotografia como elemento informativo de grande importância. Mesmo com estes considerandos, em 35% das peças analisadas não foi encontrado nenhum dos elementos definidos neste âmbito, a saber: *imagem, infografia e marcas visuais*. *Reconquista* é o título que menos valorização gráfica atribui (63%, 54 peças), logo seguido do *Jornal de Leiria* com 60% (que, neste caso, corresponde apenas a três peças). No *Correio da Manhã* foram encontradas 14 peças (15%) sem valorização gráfica, ao passo que, no *Público*, todas as peças têm, pelo menos um desses elementos.

Estes valores permitem aferir também duas áreas a que os jornais darão importância. Uma delas, mais de carácter estético, é a qualidade e a importância atribuída ao *design* de um meio impresso. Será consensual afirmar que, neste ponto, o *Público* evidencia-se dos demais. A outra área será mais de carácter editorial e é transversal à disponibilidade de espaço ou área de impressão disponível. Compreende-se, assim, que um semanário dê menos

relevo à valorização gráfica e opte por peças mais reduzidas por forma a garantir mais abrangência noticiosa.

*Tabela nº 7 - Valorização Gráfica*

Publicação	Sem valorização	Imagem	Imagem + Infografia	Imagem + Marcas Visuais	Marcas Visuais	Imagem + Infografia + Marcas Visuais	TOTAL
<i>Correio da Manhã</i>	14	27	2	44	4	1	92
	15%	29%	2%	48%	4%	1%	100%
<i>Jornal de Leiria</i>	3	1		1			5
	60%	20%	0%	20%	0%	0%	100%
<i>Público</i>		4		13		1	18
	0%	22%	0%	72%	0%	6%	100%
<i>Reconquista</i>	54	31		1			86
	63%	36%	0%	1%	0%	0%	100%
TOTAL	71	63	2	59	4	2	201
	35%	31%	1%	29%	2%	1%	100%

Embora a fotografia tenha sido sempre, ao longo da história da comunicação impressa, um dos elementos noticiosos mais valorizados, atualmente, em razão da evolução tecnológica, adquire um espaço mais evidente. Mesmo assim, continua muito dependente da área disponível em cada edição. Por ela se pode também aferir a importância da peça noticiosa e do respetivo valor-notícia.

De acordo com a *Tabela nº 7*, quase dois terços (62%) das peças analisadas têm a acompanhar uma fotografia, sendo que metade dessas peças, a imagem não vem acompanhada por mais nenhum elemento gráfico relevante (infografia ou outras marcas visuais). O *Público* faz o pleno neste campo: a totalidade das peças encontradas têm, pelo menos, uma imagem a ilustrar. Com menos 20 pontos percentuais, está o *Correio da Manhã*, com 80%. Portanto, os dois diários ocupam os primeiros dois lugares deste pódio. Assim, nos antípodas temos os dois semanários com valores muito semelhantes. O *Jornal de Leiria* ilustra 40% das suas peças, enquanto *Reconquista* o faz com 37% das notícias.

Embora tivéssemos considerado a infografia como um elemento importante para a valorização gráfica, os valores encontrados são residuais, já que apenas em duas peças do *Correio da Manhã* foi detetado este elemento, o que corresponde a apenas 1% do total do corpus de análise.

Bem mais presente encontra-se o que apelidamos de “marcas visuais”, artifícios de caráter textual que estão presentes nas notícias por forma a dar realce a frases e/ou citações extraídas do interior do texto. Cerca de um terço das peças analisadas (32%) contêm este tipo de elementos. Mais uma vez, os diários ocupam os primeiros dois lugares: o *Público* com 78% e o *Correio da Manhã* com 53%. Tanto no *Jornal de Leiria* como em *Reconquista* foi encontrada apenas uma peça. No primeiro, essa peça representa uma percentagem de 20%, enquanto no segundo, a percentagem é de 1%.

### **A geografia dos acontecimentos**

Normalmente, a geografia dos acontecimentos diz mais do próprio órgão de comunicação e da sua orientação editorial. Dito por outras palavras, é natural que cada jornal privilegie as notícias da sua abrangência territorial. Os resultados extraídos a partir do *corpus* de análise permitem concluir isso mesmo. Embora os resultados dos quatro títulos apresentem números equiparados nas quatro abrangências territoriais — entre os 20,9% e os 28,4% — com uma variação que não chega aos 8 pontos percentuais, se analisarmos cada jornal individualmente já percebemos que essa variação é maior. Os jornais regionais apresentam notícias com maior incidência regional e local, ao passo que os jornais nacionais estão mais focados em noticiar acontecimentos nacionais e internacionais. Neste caso, o *Público* está claramente direcionado para a informação internacional, com mais de metade das peças neste quadrante (55,6%). Segue-se o *Correio da Manhã* a alguma distância (37%), mas com a curiosidade de os restantes quadrantes também terem algum peso, inclusive com um equilíbrio notório nos quadrantes nacional e regional (22,8% e 23,9%, respetivamente). O jornal regional *Jornal de Leiria* faz jus à sua implantação e apenas apresenta conteúdos de caráter regional e local, numa proporção de 3 para 2. Já a *Reconquista* também tem um espaço interessante para conteúdos nacionais e internacionais, com um total nestes dois campos a ultrapassar um terço (36%).

*Tabela nº 8 - Geografia do acontecimento*

<b>Publicação</b>	<b>Internacional</b>	<b>Nacional</b>	<b>Regional</b>	<b>Local</b>	<b>TOTAL</b>
<i>Correio da Manhã</i>	34 37,0%	21 22,8%	22 23,9%	15 16,3%	<b>92</b> <b>100,0%</b>
<i>Jornal de Leiria</i>	0,0%	0,0%	3 60,0%	2 40,0%	<b>5</b> <b>100,0%</b>
<i>Público</i>	10 55,6%	6 33,3%	1 5,6%	1 5,6%	<b>18</b> <b>100,0%</b>
<i>Reconquista</i>	13 15,1%	18 20,9%	31 36,0%	24 27,9%	<b>86</b> <b>100,0%</b>
TOTAL	57 28,4%	45 22,4%	57 28,4%	42 20,9%	<b>201</b> <b>100,0%</b>

## **Os atores da notícia e sua descrição**

Considerando que os meios de comunicação desempenham um papel na formação e organização do espaço público e que as notícias são produtos da interpretação social da realidade, resultado de um complexo processo que envolve vários intervenientes sociais, a seleção específica de temas e protagonistas para o desenvolvimento da pauta mediática torna-se um passo fundamental na compreensão dos discursos e histórias que estão sendo inseridos no âmbito público por meio do serviço público de televisão (Ascensão, 2019: 73).

Em relação aos atores da notícia, foram considerados apenas os atores visíveis na notícia, ou seja, os autores dos comentários. A análise desta questão é essencial para identificar quem são os protagonistas desta informação, ou seja, a quem os jornalistas dão a palavra no espaço público (Ascensão, 2019: 86).

Quando demos início ao presente estudo, percecionámos quase imediatamente a quem era atribuído o protagonismo, ou seja, que personalidades se privilegiava no momento de decidir o valor da notícia. Aliás, esta perceção será transversal a todas as áreas do jornalismo, já que há uma tendência inata para “escutar” as figuras públicas em detrimento de cidadãos ou grupos de cidadãos anónimos. O ator da notícia afigura-se como, ele próprio, a notícia.

No caso da noticiabilidade de assuntos relacionados com a Igreja Católica não será estranho afirmar a importância que têm as personalidades que integram o que normalmente apelidamos de hierarquia católica, ou clero. Essa linha de pensamento, é confirmada pelo surgimento da figura do bispo em primeiro lugar, com presença em 16,4% das notícias. Apesar de tudo, este número não está muito distante dos leigos, que aparecem no segundo lugar do pódio com menos 2,5 pontos percentuais. Todavia, atendamos ao acumulado de bispos (incluindo cardeais), padres e papa: a soma da presença dos diversos graus da hierarquia dá um total de 42,7%. Noutra perspetiva, dos quatro primeiros lugares — todos com mais de 10% —, três são ocupados por atores clérigos. Já o quinto lugar — jovens — tem uma presença em 5% das peças.

*Tabela nº 9 – os atores da notícia*

<b>Ator</b>	<b>Correio da Manhã</b>	<b>Jornal de Leiria</b>	<b>PB</b>	<b>RQ</b>	<b>Total Geral</b>	<b>%</b>
bispo	15	1	5	12	33	16,4%
leigos	6		4	18	28	13,9%
padre	19	1	2	5	27	13,4%
papa	13		1	7	21	10,4%
jovens	1	1		8	10	5,0%
peregrinos	8		1		9	4,5%
Movimento eclesial				8	8	4,0%
diocese	4		1	2	7	3,5%
organização	1			6	7	3,5%
cardeal	5				5	2,5%
património	5				5	2,5%
crianças	1			3	4	2,0%
paróquia		1		3	4	2,0%
evento			1	2	3	1,5%
igreja	3				3	1,5%
localidade				3	3	1,5%
mulheres	1		2		3	1,5%
Bíblia	1		1		2	1,0%
catequese				2	2	1,0%
governo	2				2	1,0%
livro		1		1	2	1,0%
santo	1			1	2	1,0%
vaticano	1			1	2	1,0%
dioceses	1				1	0,5%
extremistas islâmicos	1				1	0,5%
fiéis	1				1	0,5%
grupo				1	1	0,5%
homicida	1				1	0,5%
instituição				1	1	0,5%
município				1	1	0,5%
animal	1				1	0,5%
religiosas	1				1	0,5%

diáconos	1	1	0,5%
fiéis	1	1	0,5%
jovem	1	1	0,5%
teólogos		1	0,5%
terrorista	1	1	0,5%
terroristas	1	1	0,5%

Como os membros do clero da Igreja Católica são exclusivamente do género masculino, facilmente se infere o domínio que este género tem no que diz respeito à sua presença nas notícias. Da análise efetuada, o resultado indica que o sexo masculino é protagonista em 45,8% das peças, tendo exclusividade em 39,3% delas. Embora pareça uma proporção lógica, devemos, no entanto, ter em consideração que em 51,7% das peças não podemos concluir por nenhum género, por se tratar exclusivamente de atores considerados “neutros” ou coletivos (por exemplo, associações, organizações, movimentos, etc.). Por outro lado, o género feminino está presente em 7,5%, tendo exclusividade em apenas 2,5% delas. Um pormenor que se torna interessante e importante realçar é que o jornal católico *Reconquista* consegue, surpreendentemente consideravelmente baixar a média da presença masculina. O outro título regional, *Jornal de Leiria*, também contribui para a descaída dessa média. Conclui-se que são os jornais nacionais que mais valor atribuem a protagonistas do sexo masculino.

*Tabela nº 10 - Género dos atores*

Publicação	Masculino	Masculino + Feminino	Masculino + Coletivo	Feminino	Coletivo	Masculino + Feminino + Coletivo	Total
<i>Correio da Manhã</i>	46 50,0%	6 6,5%	2 2,2%	2 2,2%	36 39,1%	0,0%	<b>92</b> <b>100,0%</b>
<i>Jornal de Leiria</i>	2 40,0%	0,0%	0,0%	0,0%	3 60,0%	0,0%	<b>5</b> <b>100,0%</b>
<i>Público</i>	9 50,0%	1 5,6%	0,0%	2 11,1%	6 33,3%	0,0%	<b>18</b> <b>100,0%</b>
<i>Reconquista</i>	22 25,6%	2 2,3%	1 1,2%	1 1,2%	59 68,6%	1 1,2%	<b>86</b> <b>100,0%</b>
TOTAL	79 39,3%	9 4,5%	3 1,5%	5 2,5%	104 51,7%	1 0,5%	<b>201</b> <b>100,0%</b>

Atendamos agora ao escalão etário dos atores das peças escolhidas. Pelos dados anteriores facilmente se percebe que são maioritariamente adultos e os dados confirmam isso

mesmo. Assim, os adultos têm protagonismo em 52% das peças, os jovens em 5% e as crianças em 1%

*Tabela nº 11 - Faixa etária dos atores*

Publicação	Objecto	Criança	Jovem	Jovem + Adulto	Jovem + Coletivo	Adulto	Criança + Adulto	Adulto + Coletivo	Sénior	Coletivo	TOTAL
<i>Correio da Manhã</i>	6 7%	2 2%	1 1%	1	0%	57 62%	0%	1 1%	2 2%	22 24%	<b>92</b> <b>100%</b>
<i>Jornal de Leiria</i>	1 20%	0%	0%		20%	2 40%	0%	0%	0%	1 20%	<b>5</b> <b>100%</b>
<i>Público</i>	2 11%	0%	0%		0%	11 61%	0%	0%	1 6%	4 22%	<b>18</b> <b>100%</b>
<i>Reconquista</i>	1 1%	1 1%	9 10%		0%	31 36%	1 1%	0%	1 1%	42 49%	<b>86</b> <b>100%</b>
TOTAL	10 5%	3 1%	10 5%	1 0%	1 0%	101 50%	1 0%	1 0%	4 2%	69 34%	<b>201</b> <b>100%</b>

## Análise das fontes

De acordo com Aldo Schmitz, fonte “refere-se ‘aquilo que origina ou produz’, empregada na anatomia (têmpora), eletricidade (fonte de energia), física e química (fonte térmica, de tensão e de corrente elétrica), tipografia (caracteres), astronomia (fonte de rádio), informática, fotometria, ótica (fonte luminosa) e no jornalismo (fonte de notícia)” (Schmitz, 2011:8). No que diz respeito ao jornalismo, o autor distingue *fonte de informação* e *fonte de notícia* “no sentido de que qualquer informação está disponível a alguém. Já a fonte de notícia necessita de um meio de transmissão, de um mediador, que faça circular o seu conhecimento ou saber” (idem, 9).

No total das notícias que analisámos, a maior parte (58%) identifica as suas fontes e apenas duas notícias indicaram as suas fontes como requerendo o anonimato. As restantes (41%) optam por não identificar a origem das informações.

**Tabela nº 12 – Identificação das Fontes**

Publicação	Não Identificadas	Identificadas	Anónimas	TOTAL
<i>Correio da Manhã</i>	30 33%	60 65%	2 2%	<b>92</b> <b>100%</b>
<i>Jornal de Leiria</i>	3 60%	2 40%	0 0%	<b>5</b> <b>100%</b>
<i>Público</i>	1 6%	17 94%	0 0%	<b>18</b> <b>100%</b>
<i>Reconquista</i>	49 57%	37 43%	0 0%	<b>86</b> <b>100%</b>
TOTAL	83 41%	116 58%	2 1%	<b>201</b> <b>100%</b>

Relativamente às fontes identificadas, 33% das notícias têm fontes não pessoais (não se referem a pessoas, mas sim a fontes abstratas de informação) ou coletivas (organizações ou grupos). As fontes de sexo masculino estão presentes em 77% das notícias, tendo exclusividade em 56% delas. Já as do sexo feminino estão presentes em apenas 12%, tendo exclusividade em apenas 4%.

**Tabela nº 13 - Género das fontes**

Publicação	Não aplicável	Masculino	Masculino + Feminino	Masculino + Coletivo	Masculino + Não Pessoal	Feminino	Feminino + Coletivo	Coletivo	Não Pessoal	TOTAL
<i>Correio da Manhã</i>	31 34%	36 39%	7 8%	5 5%	2 2%	1 1%	1 1%	4 4%	5 5%	<b>92</b> <b>100%</b>
<i>Jornal de Leiria</i>	2 40%	2 40%	0 0%	0 0%	0 0%	1 20%	0 0%	0 0%	0 0%	<b>5</b> <b>100%</b>
<i>Público</i>	1 6%	6 33%	1 6%	3 17%	4 22%	0 0%	0 0%	2 11%	1 6%	<b>18</b> <b>100%</b>
<i>Reconquista</i>	50 58%	21 24%	0 0%	0 0%	2 2%	3 3%	0 0%	5 6%	5 6%	<b>86</b> <b>100%</b>
TOTAL	84 42%	65 32%	8 4%	8 4%	8 4%	5 2%	1 0%	11 5%	11 5%	<b>201</b> <b>100%</b>
<i>Parcial</i>	--	65 56%	8 7%	8 7%	8 7%	5 4%	1 1%	11 9%	11 9%	<b>117</b> <b>100%</b>

Na *Tabela nº 14* é apresentada, em jeito de curiosidade, a quantificação das fontes. Para além dos 42% de notícias que não apresenta fontes, cerca de um terço das notícias (35%) baseiam-se em apenas uma fonte.

*Tabela nº 14 - Número de Fontes*

Publicação	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	>9	TOTAL
<i>Correio da Manhã</i>	31 34%	28 30%	18 20%	6 7%	3 3%	2 2%	1 1%	2 2%	1 1%	0 0%	0 0%	<b>92</b> 100%
<i>Jornal de Leiria</i>	2 40%	3 60%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	<b>5</b> 100%
<i>Público</i>	1 6%	6 33%	1 6%	3 17%	1 6%	1 6%	0 0%	0 0%	2 11%	1 6%	2 11%	<b>18</b> 100%
<i>Reconquista</i>	50 58%	33 38%	3 3%	1 1%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	0 0%	<b>86</b> 100%
TOTAL	84 42%	70 35%	22 11%	10 5%	4 2%	3 1%	1 0%	2 1%	3 1%	1 0%	2 1%	<b>201</b> 100%

## A análise textual e o valor-notícia

A análise das narrativas presentes nas notícias é uma ferramenta poderosa para perceber quais tendências dos media. Neste capítulo examinamos uma parte das notícias do nosso *corpus* de análise com o seguinte requisito: ocupar pelo menos 80% da página (4/5 de página). O objetivo é identificar e interpretar os termos mais frequentes em cada peça para daí perceber quais os temas dominantes. Ao fazê-lo, buscamos uma compreensão mais profunda dos principais na cobertura jornalística da Igreja Católica em Portugal.

Ainda a propósito do processo de construção destas “nuvens” de palavras, optámos por fazê-lo em duas fases ou, se quisermos, com dois critérios distintos. Na primeira fase, considerámos apenas os três (3) termos mais usados em cada peça. Na segunda fase alargámos a quantidade de termos para análise e passámos a considerar os dez (10) termos mais usados em cada notícia.

*Contagem dos 3 termos mais usados em peças com >80%/página:*

**6 peças:** D., Fátima.

**4 peças:** bispo, igreja, mulher, padre, papa.

**3 peças:** abusos, Sri Lanka, Páscoa, peregrino.

**2 peças:** ataques, comissão, crianças, Deus, Francisco, Humberto, Jesus, Lisboa, Manuel, missa, pessoas, procissão.

**1 peça:** 13, acusa, acusação, Antonino, armas, atentados, austrália, autoridades, Bento XVI, bíblia, bombeiros, bombistas, caminhada, cardeais, Castelo de Vide, catedral, cerimónia, colombo, comissões, corrupção, creche, cristãos, Cristo, cruz, Daesh, decreto, dias, diácono, diocese, documentos, emérito, estado, euros, exorcista, Ferreira, finalistas, formação, fotografia, fundação, Gama, governo, Guimarães, homenagem, instituição, jmj, jovens, Júlio, lusitânia, Maria, mãe, ministro, Notre-Dame, oração, pascal, patriarca, penitencial, peregrinação, peregrinos, pés, preço, Rogério, santa, santos, santuário, seleção, seminário, senhor, Tolentino, tradução.

### ***Cenário eclesiástico e hierárquico***

Os termos “Dom” (que, nos textos aparecem grafados como “D.”, referindo-se especificamente a bispos) e “Fátima” aparecem no primeiro lugar do pódio, emergindo como os mais frequentes em seis peças. Embora o uso do termo “Dom” sugira uma abordagem reverencial aos líderes eclesiásticos, essa extrapolação acaba por ser arriscada, já que se trata de uma forma literária para identificar o cargo da pessoa a que se refere. Por isso não é de estranhar que os livros de estilo deem indicações para esse tipo de tratamento que acaba por ser uma forma simples e eficaz de permitir ao leitor uma contextualização imediata. A utilização do termo dá-nos a indicação de uma presença notável da figura eclesiástica do bispo nos textos noticiosos que apenas se compara com a utilização do termo “Fátima”, enquanto local de peregrinação. A referência a este santuário católico é um reflexo da enorme importância que ele tem na produção jornalística na área da religião.

Os termos “bispo”, “igreja”, “mulher”, “padre” e “papa” destacam-se na segunda posição, aparecendo quatro vezes em diversas peças e reforçam o ambiente eclesial e hierárquico que está patente nas peças, pela abordagem que fazem, mais uma vez, aos líderes religiosos, desta vez estendendo-se também aos padres e incluindo de forma especial a figura do Papa. A frequência desses termos sugere um interesse significativo na estrutura e nas figuras centrais da Igreja Católica.

A novidade é mesmo a presença do termo “mulher”. A presença do termo “mulher” nas notícias relacionadas com temática católica oferece pistas sobre a dinâmica de gênero dentro da Igreja e o seu impacto na sociedade. A recorrência deste termo sugere que a questão do gênero não só é relevante no contexto religioso, mas também desempenha um papel significativo na cobertura jornalística e nas discussões mais amplas sobre a Igreja Católica em Portugal. Essa presença pode estar ligada à busca por um papel mais ativo e influente para as mulheres em posições de liderança, pastoral e tomada de decisões. O termo também indica discussões sobre a inclusão das mulheres em papéis tradicionalmente dominados por homens nomeadamente em ministérios e funções religiosas que historicamente foram reservados ao gênero masculino.

### ***Desafios e Controvérsias***

No terceiro nível são apresentados termos como “abusos”, “Sri Lanka” e “Páscoa” que surgem em três peças, sinalizando o foco em questões de controvérsia e desafios enfrentados pela Igreja.

A menção ao “Sri Lanka” explica-se pelo acontecimento dramático ocorrido durante o corte temporal deste estudo que mereceu destaque nos órgãos de comunicação social. Também o termo “Páscoa” surge pela mesma razão — a do corte temporal — e por se tratar da mais importante festa do calendário cristão com expressões populares bastante enraizadas por todo o país, sobretudo na zona norte.

Já o termo “abusos” indica a atenção dada à cobertura de escândalos de abuso sexual dentro da Igreja. Sabendo da predileção dos *media* por temas controversos, é expectável que este seja um dos assuntos que marcam a agenda mediática, ainda mais por envolver uma instituição milenar. A Igreja Católica é uma instituição que é suposto basear-se em valores de moralidade, compaixão e cuidado. Com o surgimento de alegações de abuso

sexual envolvendo membros da Igreja, ocorre uma quebra significativa de confiança, o que leva a uma cobertura mais intensa por parte dos jornais. Depois, a forma como a Igreja lida com os casos de abuso sexual é um foco importante desta cobertura jornalística. As reações da hierarquia da Igreja, as políticas internas de resposta a esses casos e a responsabilização dos agressores são questões que os *media* procuram explorar.

### ***Eventos e liturgia***

Termos como “missa”, “procissão” e “peregrinação” e “peregrino” (que marca presença no nível superior) refletem a importância das práticas litúrgicas e eventos religiosos enquanto valor-notícia. Os eventos religiosos e litúrgicos têm desempenhado historicamente um papel significativo nas coberturas jornalísticas, muitas vezes oferecendo conteúdo de interesse humano, culturalmente relevante e com impacto social. Frequentemente envolvem histórias pessoais de devoção e fé, expressando a ligação emocional e espiritual que esses eventos têm com os indivíduos e, assim, capturar a atenção do público. Os *media* frequentemente relatam as histórias de pessoas envolvidas, suas motivações e os desafios que enfrentam, criando narrativas envolventes.

Por outro lado, os eventos religiosos e litúrgicos são, muitas vezes, manifestações culturais intrinsecamente ligadas à identidade de uma comunidade ou sociedade. Esses eventos podem incluir celebrações tradicionais, rituais, festivais e peregrinações que refletem a história e os valores de um grupo cultural específico. O jornalismo também mostra como esses eventos mantêm viva a herança cultural. Também não se pode ignorar que os eventos religiosos e litúrgicos frequentemente reúnem comunidades inteiras, promovendo um sentido de unidade e coesão social que atrai o jornalista.

Há ainda a referir a menção a “Lisboa”, que pode indicar uma cobertura de eventos locais, estabelecendo uma ligação entre a esfera religiosa e a geográfica e a inevitável presença de nomes próprios, grande parte deles referindo-se a membros da hierarquia católica

### ***Confirmação temática***

Se analisarmos os termos que foram mais vezes encontrados numa peça, percebe-se que apenas pontualmente existe uma variação temática relativamente aos anteriores. Embora a análise dos termos recorrentes nas notícias relacionadas à Igreja Católica nos jornais

portugueses possam revelar uma tapeçaria complexa de temas, ênfases e preocupações, se aprofundarmos essa análise, percebemos que existem valores-notícia recorrentes. No entanto, isso também é um importante indicador das abordagens editoriais, das preocupações da sociedade e das dinâmicas entre a Igreja e os temas contemporâneos.

Vejamos se isso se confirma numa análise mais alargada.

*Contagem dos 10 termos mais usados em peças com >80%/página:*

**14 peças:** igreja.

**13 peças:** bispo(s).

**10 peças:** D.

**9 peças:** diocese(s)

**8 peças:** padre(s), papa.

**6 peças:** abusos, fátima, francisco, mulher(es), Páscoa / pascal, peregrinos.

**5 peças:** Lisboa.

**4 peças:** ataque(s), autoridades, domingo, Manuel.

**3 peças:** celebrações, crianças, Daesh, José, missa, peregrinação, pessoas, santuário, sexuais, Sri Lanka.

**2 peças:** aparições, bíblia, capelinha, cardeal, castelo, clemente, comissão, Cristo, cruz, Deus, diaconado, exorcista, fé, Gama, homens, Humberto, Jesus, jovens, Maria, morte, patriarca, santa, senhor, violação.

**1 peças:** acompanhamento, acusação, acusado, administrativo, adultos, agressões, Aguiar, aleluia, amor, Anacleto, aprovação, arcebispo, Arminda, arquidiocese.

### ***Termos dominantes***

Nesta fase, o termo "igreja" é clara e naturalmente o mais frequente, aparecendo em 14 peças. Isso ressalta a normal centralidade da instituição eclesial nas notícias analisadas. É importante salientar que o termo aparece não apenas como um lugar físico, mas também como um símbolo de espiritualidade, tradição e influência social.

### ***Hierarquia eclesiástica***

Mais uma vez, os termos "bispo(s)" e "D." ocupam posições proeminentes, com 13 e 10 aparições, respectivamente. Confirma-se a presença de líderes eclesiásticos e a hierarquia da Igreja Católica. "Diocese(s)" também aparece frequentemente (9 vezes), sublinhando a relevância das subdivisões administrativas da Igreja. Logo de seguida, as palavras "padre(s)" e "papa" (8 vezes cada) reiteram a atenção dedicada tanto aos líderes religiosos locais quanto ao líder máximo da Igreja Católica. "Francisco" (6 vezes) sugere ênfase dado às ações e declarações do Papa Francisco, destacando seu papel de liderança.

### ***Questões controversas e a inevitabilidade de Fátima***

Termos como "abusos" e "mulher(es)" (6 vezes) apontam novamente para os tópicos delicados mais referenciados, como abusos sexuais e o papel das mulheres na Igreja. "Fátima" (6 vezes) revela o contínuo foco na peregrinação e nas aparições marianas em Fátima. A menção de "páscoa" (6 vezes) está relacionada a eventos religiosos significativos.

### ***Geografia e eventos***

O termo "Lisboa" (5 vezes) sugere uma cobertura mais atenta de eventos e acontecimentos locais na capital. Aparecem também termos como "Manuel" (4 vezes) referindo-se a D. Manuel Clemente, na altura patriarca de Lisboa, e "ataque(s)" (4 vezes), indicando a cobertura de ações específicas e indivíduos.

### ***Acontecimentos marcantes***

Os termos "crianças", "Sri Lanka" e "Daesh" (3 vezes cada) sugerem uma abordagem que vai além da esfera eclesiástica, abrangendo questões sociais, globais e segurança. Essa variedade de temas reflete a interseção entre a Igreja Católica e as realidades contemporâneas.

### **Análise final**

O presente estudo revela que a cobertura do catolicismo nas publicações analisadas varia significativamente em termos de quantidade e profundidade, com os jornais diários como o *Público* e o *Correio da Manhã* a adotarem abordagens distintas. A *Reconquista*, pela

sua ligação à Igreja, destaca-se pela regularidade na cobertura. A cobertura jornalística da Igreja Católica em Portugal abrange uma ampla gama de tópicos, que vão desde a hierarquia eclesiástica até questões controversas e eventos religiosos. A geografia desempenha um papel no ênfase dado a esses temas, com jornais regionais a destacarem as questões locais, e os jornais nacionais a darem prioridade a assuntos nacionais e internacionais. No entanto, é evidente a necessidade de maior diversidade de vozes e representatividade de género nas notícias relacionadas com a Igreja Católica.

Foram analisadas 212 edições, das quais 182 são de jornais diários (*Público* e *Correio da Manhã*) e 28 são de jornais semanais (*Jornal de Leiria* e *Reconquista*). A *Reconquista* destaca-se por ter peças elegíveis em todas as suas edições, devido à sua ligação à Igreja. Excluindo esta, a proporção de edições com peças elegíveis varia consideravelmente entre os jornais, com o *Correio da Manhã* a liderar com 68%. A *Reconquista* apresenta mais de seis peças por edição em média, enquanto o *Correio da Manhã* tem uma peça por edição. Em geral, há pelo menos uma peça em cada edição onde se pode encontrar um artigo selecionável.

O género "notícia" é o mais comum nas peças analisadas, representando 52% do total. As entrevistas são raras, representando apenas 1%. Reportagens e breves são géneros com números semelhantes, à volta dos 22%. O *Público* destaca-se por privilegiar conteúdos mais desenvolvidos e aprofundados.

No que diz respeito a temáticas privilegiadas, o tópico "evento periódico" é o mais comum, representando 16,9% das peças, especialmente no que diz respeito a festas litúrgicas. Peregrinações, festas e procissões também são temas recorrentes. Eventos como festas e romarias ocupam o terceiro lugar em termos de frequência. Cargos da hierarquia da Igreja são frequentemente referenciados nas peças, especialmente "bispo". O tema da "perseguição religiosa" também é abordado.

No âmbito dos fatores valorizadores da notícia, concluímos que a área média ocupada por peça é de aproximadamente metade de uma página (49%). O *Público* destaca-se por dedicar mais espaço a cada peça, o que confirma a sua tendência para privilegiar conteúdos mais desenvolvidos e aprofundados, enquanto o *Correio da Manhã* tem peças menores,

mas mais numerosas. 16% das peças têm chamadas de primeira página (destaques). Elementos gráficos, como imagens, infografias e marcas visuais, são comuns, especialmente no *Público*. Infografias são raras, encontradas em apenas 1% das peças.

A geografia desempenha um papel significativo na forma como os órgãos de comunicação noticiam eventos. Os jornais regionais, como o *Jornal de Leiria*, tendem a focar-se em notícias de abrangência local e regional, enquanto os jornais nacionais, como o *Público*, dão mais destaque a acontecimentos nacionais e internacionais. Esta distinção é evidente nos números, com o *Público* a dedicar mais de metade de suas notícias a assuntos internacionais.

A análise dos atores presentes nas notícias revela que, quando se trata de assuntos relacionados com a Igreja Católica, as personalidades da hierarquia eclesiástica, como bispos e padres, são frequentemente protagonistas. O bispo é a figura mais destacada, presente em 16,4% das notícias. No entanto, a análise também aponta para uma presença notável de leigos, a indicar uma diversidade de vozes na cobertura.

O domínio masculino nas notícias é evidente, com os homens a serem protagonistas em quase metade das peças analisadas. No entanto, é importante notar que em mais da metade das notícias não é possível determinar o género dos atores, devido à inclusão de atores neutros ou coletivos. Isso destaca a necessidade de uma maior representatividade de mulheres nas notícias relacionadas com a Igreja.

A maioria das notícias identifica as suas fontes, com apenas duas exceções de fontes anónimas. Fontes não pessoais ou coletivas são comuns, representando 33% das notícias. No entanto, a presença de fontes masculinas é muito mais prevalente do que as fontes femininas, destacando, mais uma vez, um desequilíbrio de género na seleção de fontes nas notícias.

A análise textual das notícias revela os principais termos e temas recorrentes. *Igreja* é o termo mais frequente, e destaca a centralidade da instituição eclesiástica nas notícias. A hierarquia eclesiástica, que inclui bispos e o Papa, também é frequentemente mencionada, e sublinha a importância das figuras de liderança religiosa. Termos como *abusos* e *mulher(es)* indicam a cobertura de questões controversas, como os abusos sexuais e o papel

das mulheres na Igreja. *Fátima* continua a ser um tema recorrente, enfatizando a importância das peregrinações e aparições marianas. Termos como *Dom* e *Fátima* dominam, portanto, a análise, e destacam a presença de líderes eclesiásticos e a importância das peregrinações a Fátima. A hierarquia da Igreja Católica é claramente refletida nos termos utilizados nas notícias. Termos como *abusos* e *Sri Lanka* apontam para a cobertura de questões controversas e desafios enfrentados pela Igreja. Os casos de abuso sexual e eventos dramáticos, como os atentados no Sri Lanka, são temas que atraem a atenção da *media*. Termos relacionados com eventos religiosos, como *missa*, *procissão*, *peregrinação*, e *peregrino*, indicam o destaque dado às práticas litúrgicas e eventos religiosos. Esses eventos oferecem histórias pessoais de devoção e fé, e conectam-se emocionalmente com o público.

## Capítulo IV – A IMPRENSA E A IGREJA: PISTAS PARA O FUTURO

Com a publicação do decreto sobre os meios de comunicação social *Inter Mirifica*, em 1966, a Igreja, através do Papa Paulo VI, estabelecia um novo paradigma para uma relação contínua com os meios de comunicação, ao insistir na importância da sua participação num cenário em constante evolução e a necessidade de usar os meios de comunicação para promover valores morais e espirituais. Por ter sido um dos primeiros documentos oficiais da Igreja a abordar diretamente a influência dos meios de comunicação modernos, estabeleceu as bases orientadoras para a envolvimento da Igreja com os meios de comunicação.

Entre as maravilhosas invenções da técnica que, principalmente nos nossos dias, o engenho humano extraiu, com a ajuda de Deus, das coisas criadas, a santa Igreja acolhe e fomenta aquelas que dizem respeito, antes de mais, ao espírito humano e abriram novos caminhos para comunicar facilmente notícias, ideias e ordens. (Paulo VI, 1966)

O “*Inter Mirifica*” quis estabelecer uma ponte de diálogo entre a Igreja e o mundo moderno, reconhecendo que os meios de comunicação eram uma maneira vital de se comunicar com as pessoas. Para isso, apresentou diretrizes práticas para como a Igreja e os indivíduos deviam usá-los, incluiu a promoção de propostas educativas, a criação de meios de comunicação católicos e a participação da Igreja em questões de interesse público.

Para o reto uso destes meios, é absolutamente necessário que todos os que servem deles conheçam e ponham fielmente em prática, neste campo, as normas da ordem moral. Considerem, pois, as matérias que se difundem através destes meios, segundo a natureza peculiar de cada um; tenham, ao mesmo tempo, em conta todas as circunstâncias ou condições, isto é, o fim, as pessoas, o lugar, o tempo e outros fatores mediante os quais a comunicação se realiza e que podem mudar ou alterar inteiramente a sua bondade moral; entre estas circunstâncias, conta-se o carácter específico com que atua cada meio, nomeadamente a sua própria força, que pode ser tão grande que os homens, sobretudo se não estão prevenidos, dificilmente serão capazes de a descobrir, dominar e, se se der o caso, a pôr de lado.’ (Paulo VI, 1966)

Depois da publicação deste decreto, a Igreja tem sido regularmente profícua na redação de documentos direcionados para a sua relação com a imprensa. É o caso da “*Communio et Progressio*” (1971), também do Papa Paulo VI, onde são abordadas questões à luz do desenvolvimento e do progresso da sociedade e se destaca a importância de usar os meios de comunicação para promover a justiça, a paz e a solidariedade entre as nações.

Em 1992 o Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais publica a Instrução Pastoral sobre as Comunicações Sociais – “*Aetatis Novae*”, que trata dos desafios éticos e morais que os meios de comunicação modernos apresentam. Este organismo da Santa Sé, criado pelo Papa Pio XII em 1948, foi a expressão visível do Vaticano na sua atenção às questões relacionadas com a comunicação<sup>10</sup>.

No entanto, é importante que se diga, os documentos publicados pela Santa Sé nesse âmbito sempre esbarraram na realidade quotidiana por se limitarem à sua própria visão da comunicação social. Em abstrato, toda a produção teórica fazia sentido e era o que se esperava da própria Igreja. Na prática, a Igreja tem apresentado um progresso evolutivo que é manifestamente notório. Do nosso ponto de vista, e isso é permitido concluir pelo presente estudo, faltará alguma sintonia ou coerência entre os códigos e as mensagens usadas nos dois campos da barricada. Significa isto que existem algumas discrepâncias sobretudo ao nível das perceções: das que a Igreja tem de si própria e das que a comunicação social tem da Igreja.

## **O auto-conceito da Igreja Católica e a perceção dos media**

Um dos principais documentos saídos do Concílio Vaticano II e que ainda hoje serve de referência para a eclesiologia é a Constituição Dogmática Sobre a Igreja: *Lumen Gentium* (1964). Neste documento são aprofundadamente desenvolvidos o conceito de Igreja e a sua natureza. Por um lado, é equiparada a um corpo, pois “assim como todos os membros

---

<sup>10</sup> Com o “*Motu Proprio*” *O atual contexto comunicativo*, o Papa Francisco iniciou, em 2015, uma transformação radical da comunicação do Vaticano, que a partir daquele momento iniciou um caminho de convergência para um único dicastério, o Dicastério da Comunicação que, inicialmente, tinha a designação de “Secretariado”. Este dicastério absorveu o histórico Conselho Pontifício para as Comunicações Sociais (1948, Papa Pio XII) e assume todas as outras estruturas que ao longo das décadas lidaram com as comunicações do Vaticano: *Stampa HallCTV*, *Rádio Vaticano*, *Tipografia*, *L'Osservatore Romano*etc.

do corpo humano, apesar de serem muitos, formam, no entanto, um só corpo, assim também os fiéis em Cristo (...); também na edificação do Corpo de Cristo existe diversidade de membros e de funções. “ (Paulo VI, 1964: 7). Por outro lado — e este conceito marcou profundamente a teologia a partir do Vaticano II — refere a importância dos leigos, isto é, dos cristãos não clérigos, como membros efetivamente participantes desse corpo, com responsabilidades e missão muito próprias.

O sacerdócio comum dos fiéis e o sacerdócio ministerial ou hierárquico, embora se diferenciem essencialmente e não apenas em grau, ordenam-se mutuamente um ao outro; pois um e outro participam, a seu modo, do único sacerdócio de Cristo. Com efeito, o sacerdote ministerial, pelo seu poder sagrado, forma e conduz o povo sacerdotal, realiza o sacrifício eucarístico fazendo as vezes de Cristo e oferece-o a Deus em nome de todo o povo; os fiéis, por sua parte, concorrem para a oblação da Eucaristia em virtude do seu sacerdócio real, que eles exercem na recepção dos sacramentos, na oração e ação de graças, no testemunho da santidade de vida, na abnegação e na caridade operosa (Paulo VI, 1964: 10).

Acrescente-se ainda que “são plenamente incorporados à sociedade que é a Igreja aqueles que, tendo o Espírito de Cristo, aceitam toda a sua organização e os meios de salvação nela instituídos, e que, pelos laços da profissão da fé, dos sacramentos, do governo eclesial e da comunhão, se unem, na sua estrutura visível, com Cristo, que a governa por meio do Sumo Pontífice e dos Bispos” (Paulo VI, 1964: 14). Mais à frente, a Constituição Dogmática afirma perentoriamente que “segundo o grau de ciência, competência e autoridade que possuam, [os leigos] têm o direito, e por vezes mesmo o dever, de expor o seu parecer sobre os assuntos que dizem respeito ao bem da Igreja” (Paulo VI, 1964: 37), acrescentando que “os sagrados pastores devem reconhecer e fomentar a dignidade e responsabilidade dos leigos na Igreja; recorram espontaneamente ao seu conselho prudente, entreguem-lhes confiadamente cargos em serviço da Igreja e deem-lhes margem e liberdade de ação, animando-os até a tomarem a iniciativa de empreendimentos”. Assim, torna-se claro que, embora seja evidente a distinção entre a hierarquia e os leigos, existe uma necessidade explícita de fazer estes últimos, partícipes da atividade eclesial.

Voltando à questão da presença da Igreja Católica no espaço mediático, e a partir da análise das notícias e, muito importante, dos protagonistas dessas notícias, podem verificarse divergências de conceito e de natureza da Igreja. Sendo suposto que, a partir do que

afirma o Magistério, a Igreja é constituída com igual dignidade por clérigos e leigos, não será propriamente essa a ideia que se infere a partir da comunicação social impressa. Os media têm um papel significativo na formação da percepção pública. No entanto, também devido aos processos de produção de comunicação atuais, eles próprios constroem a suas próprias percepções. É claro que a estrutura hierárquica da Igreja Católica, com o Papa, bispos e padres no topo, pode levar a uma ênfase na visibilidade dessas figuras de autoridade. Historicamente, essa hierarquia tem sido mais destacada, o que resulta na associação mais direta entre a Igreja e os padres.

Por outro lado, os padres desempenham um papel fundamental através da administração dos sacramentos. Esses rituais religiosos são centrais para a fé católica, e os padres são os agentes responsáveis por conduzi-los. Isso pode contribuir para a percepção de que os padres são os principais representantes da Igreja.

Acrescente-se ainda que os *media* se concentram muitas vezes em eventos e figuras proeminentes. Como é o clero que assume os cargos de liderança visíveis nas paróquias e dioceses, são eles que são retratados com mais frequência nos meios de comunicação, aumentando assim sua visibilidade pública.

Ao nível da comunicação externa da Igreja acontece que continua a passar pelos líderes eclesiais. Isso pode ter contribuído para a percepção de que a Igreja fala principalmente através das figuras clericais. Por isso, estando o foco nas figuras da hierarquia, isso resulta na minimização da visibilidade e do papel dos leigos no espaço público. A propósito da comunicação estratégica da Igreja, Francisco Pérez-Latre apresenta algumas das suas patologias: a falta de caridade, a falta de sentido de atualidade, a dispersão, pensar que a comunicação é uma mera questão de ferramentas, separar a comunicação e a direção e a falta de transparência (Pérez-Latre, 2019, p. 70-73). Estes erros comuns parecem ser resultado da falta de compreensão das regras profissionais e de outros problemas de gestão. Para alcançar visibilidade nos meios de comunicação, é necessário compreender a sua linguagem, a sua perspectiva e a forma como percebem a realidade (Pérez-Latre, 2019, p. 69). Ou seja, a comunicação possui as suas próprias regras: dialogar com os meios de comunicação implica aceitá-las.

A questão é se a Igreja Católica está disposta a participar como mais um na dialética dos meios. Isso implica adotar certas regras do jornalismo contemporâneo: a prontidão

(uma notícia não pode esperar), a linguagem, a semântica, as diferentes dinâmicas da imprensa, rádio, televisão, internet... No fundo, é uma mudança de mentalidade (Pérez-Latre, 2019, p. 69).

Na linha destas dificuldades e daquilo que é preconizado pela instrução pastoral *Aetatis Novae*, Puntel sugere que, “na medida do possível, os programas pastorais para as comunicações sociais deveriam prever esta preparação no contexto da formação de seminaristas, sacerdotes, religiosos e leigos comprometidos na pastoral, assim como dos professores, dos pais e dos estudantes” (Puntel, 2011, p. 236). Acrescenta ainda que não se trata apenas de a Igreja preparar-se "profissionalmente" para o uso das novas tecnologias e assim saber operacionalizar mecanicamente as novas invenções. O ponto crucial reside no entendimento do que implica estar diante de uma autêntica "revolução" tecnológica, que requer ir para além dos instrumentos e tomar consciência das transformações fundamentais que as novas tecnologias causam nas pessoas e na sociedade, incluindo nas relações familiares, laborais, entre outras (Puntel, 2011, p. 237). Finalmente, “já não se trata de dirigir uma comunicação à sociedade, segundo o modelo de transmissão, mas uma comunicação a partir e entre os mundos sociais, seguindo um modelo de participação, colaboração, intercâmbio e diálogo, como percebemos no processo da internet e especificamente das redes sociais” (Puntel, 2011, p. 238). Sugere-se, portanto, uma ‘cultura participativa’ que contrasta com ideias mais antigas sobre a passividade dos espetadores dos meios de comunicação. Em vez de abordar os produtos e consumidores de *media* como desempenhando papéis distintos, agora devem ser vistos como participantes que interagem de acordo com um novo conjunto de regras que nenhum de nós compreende completamente (Puntel, 2011, p. 239).

## **A mediação e a mediatização**

A relação entre a Igreja e os meios de comunicação é uma dinâmica complexa que envolve interações entre instituições religiosas e as empresas jornalísticas. Embora a Igreja procure divulgar sempre a sua mensagem e os seus valores pelos dos meios de comunicação, ela não pode esquecer-se de que o jornalismo procura sempre dar informação factual, imparcial e contextualizada. Nesta relação entre estes dois mundos, surgem desafios e as oportunidades quando a fé e a notícia se entrelaçam.

A Igreja não pode esquecer que os meios de comunicação desempenham um papel crucial na divulgação da sua atividade e dos seus valores. É evidente que os jornalistas também se dedicam a cobrir questões religiosas, desde conteúdos doutrinários a eventos eclesiais, passando por escândalos, temas sociais e éticos. Essa cobertura pode ser tanto informativa ou analítica, sempre na tentativa de oferecer ao público um entendimento mais amplo da fé e suas implicações. Por isso, os jornalistas não devem ser confundidos com relações-públicas e, assim, enfrentam a difícil tarefa de equilibrar a cobertura objetiva e imparcial com o respeito pelas crenças religiosas. Além disso, questões sensíveis, como os escândalos, podem testar os limites da ética jornalística ao lidar com a divulgação de informações sem prejudicar a imagem da Igreja. E esta não pode ignorar este aspeto sem cair na tentação de criar um ambiente de acrimónia na sua relação com os profissionais de comunicação. Nesta relação bilateral, todos saem a ganhar com a construção de canais que possam facilitar o fluxo informativo entre as duas partes.

A cobertura mediática da Igreja pode, às vezes, simplificar questões complexas de fé e doutrina. Aliás, o papel do jornalismo também é um pouco esse: decodificar os complexos códigos em que a Igreja produz as suas declarações, muitas vezes de alcance e compreensão muito reduzidos. Também algum sensacionalismo pode levar a uma representação distorcida da Igreja e resultar numa compreensão superficial e errada das práticas e crenças religiosas. Por isso, os jornalistas têm a responsabilidade de abordar as questões religiosas com precisão, sensibilidade e imparcialidade. Ao informar sobre a Igreja, é essencial terem múltiplas fontes, considerarem o contexto histórico e cultural e evitarem generalizações inadequadas.

Mas esta questão não é exclusiva da relação entre a Igreja e o jornalismo, mas transversal a diversas áreas. A própria ciência evidencia essa tensão, em que o “cientista é visto como produtor de conhecimento que seria simplificado por um mediador (por exemplo, o jornalista) e transmitido unidirecionalmente ao público, percebido como um passivo consumidor de conhecimento” (Cascais, 2004, p. 136). A tensão entre a tecnicidade do discurso e a simplificação excessiva dos media é um tema de grande relevância no campo da comunicação, e essa dicotomia influencia de maneira significativa a forma como as informações são transmitidas e compreendidas pelo público.

A tecnicidade do discurso, caracterizada pelo uso de linguagem especializada e detalhada, desempenha um papel crucial em campos como a ciência, tecnologia e áreas profissionais específicas. Essa abordagem é essencial para comunicar informações complexas de forma precisa entre especialistas. No entanto, quando essa tecnicidade é adotada nos meios de comunicação de massa, como televisão, rádio e jornais, pode criar barreiras para o entendimento do público em geral. As mensagens se tornam menos acessíveis e podem parecer distantes, afastando as pessoas de temas importantes.

Por outro lado, a simplificação excessiva dos media é uma tentativa de tornar as informações mais acessíveis e digeríveis para um público amplo. No entanto, essa simplificação pode levar à perda de nuances e à criação de estereótipos. As mensagens são frequentemente reduzidas a manchetes apelativas e títulos sensacionalistas, que pretendem atrair a atenção, mas nem sempre refletem a complexidade dos problemas.

Habitados aos métodos, normas e discursos da ciência, os cientistas teriam dificuldade em comunicar com os jornalistas, que estariam essencialmente vocacionados para abordagens mais simplificadas e que dariam primazia a critérios jornalísticos como o interesse do público, a controvérsia e a novidade. (A. Carvalho, 2004, p. 38)

Para superar essa tensão, os profissionais da comunicação enfrentam o desafio de encontrar um equilíbrio delicado. Isso envolve considerar cuidadosamente o público-alvo e o contexto da mensagem. Em situações em que a audiência é composta por especialistas, a tecnicidade do discurso pode ser apropriada e até necessária para garantir a precisão. No entanto, quando se comunica com o público em geral, é fundamental simplificar a informação sem distorcer os factos.

O conflito é, então, inevitável. Jornalistas com formação científica terão sempre que escrever segundo as regras da comunicação social e não estão familiarizados com as várias áreas científicas que fazem notícia e os cientistas com preocupações didácticas também não são abundantes dada a absorção que a actividade de investigação/ensino causa. No entanto, deverão ser esses jornalistas especializados em ciência e cientistas com vocação didáctica a participar na divulgação dos passos dados em ciência. (R. Oliveira, 2004, p. 271)

Além disso, promover a educação e a literacia mediática é essencial para ajudar o público a discernir entre informações precisas e simplificações excessivas. Os *media* têm a responsabilidade de apresentar informações de forma ética e equilibrada, evitando sensacionalismo e priorizando a clareza e a objetividade.

A relação entre a Igreja e o jornalismo é, portanto, o resultado de uma interação delicada que envolve o equilíbrio entre a divulgação da fé e a busca pela verdade jornalística. A compreensão mútua e o respeito por essas perspectivas são fundamentais para uma cobertura jornalística responsável e esclarecedora das questões religiosas.

É para dar resposta a estas questões que muitos setores eclesiais têm investido na criação de gabinetes de comunicação que têm um papel fundamental na Igreja, permitindo que a instituição comunique com maior eficácia com os fiéis, a sociedade em geral e os meios de comunicação. O próprio magistério referiu explicitamente esse aspecto na instrução pastoral *Aetatis Novae* quando afirma que a Igreja “deve desenvolver, sustentar e favorecer os seus próprios instrumentos e programas católicos de comunicação”, pois “estes compreendem a imprensa, editores, rádio e televisão católicas, gabinetes de informação e de relações públicas, de formação à prática e às questões dos *mass media*” (Sociais, 1992)

Embora nem sempre bem conseguido, muitas vezes por fatores alheios aos responsáveis por eles, os gabinetes de comunicação têm tentado garantir que a informação seja comunicada de forma clara, transparente e acessível a todos os que a procuram e desempenham um papel crucial na divulgação de anúncios oficiais, comunicados de imprensa e informações relevantes sobre eventos, decisões e atividades da Igreja. Em tempos de crise, são eles que desempenham um papel fundamental na gestão da comunicação para minimizar os danos reputacionais da Igreja, através do desenvolvimento de estratégias para responder a desafios delicados, esclarecer mal-entendidos e lidar com situações sensíveis. São eles que atuam como ponte entre a Igreja e os meios de comunicação, facilitam entrevistas, conferências de imprensa e outras interações, garantindo que a perspectiva da Igreja seja representada de maneira precisa e completa. O padre Lombardi, porta-voz do Vaticano, descreve o trabalho e a necessidade dos gabinetes de imprensa na Igreja em vários pontos. Num deles, afirma que

este serviço tem de ser sempre verdadeiro, mesmo perante perguntas difíceis. A contradição é o mal mais grave. “Numa situação de crise, nada pior do que pensarmos que

podemos emendar a situação sem verdade”. É preciso “antecipar o problema, reduzir os riscos e estar preparado para o pior”. “A percepção do público é tão ou mais importante do que a realidade dos factos. Se as pessoas pensam que há crise, há mesmo crise”. “As más notícias têm de ser dadas o mais rápido possível e de uma só vez”. Por vezes, é necessário consultar a assessoria jurídica para que o que é dito não implique judicialmente a instituição. (*Características Dos Gabinetes de Imprensa Eclesiais*, 2009)

## **Os atores do fenómeno religioso, elenco estagnado**

Um dos aspetos verificados neste estudo é a presença bastante regular de clérigos, em particular bispos, como atores centrais nas notícias. Esta tendência levanta sérias questões acerca do equilíbrio da representação mediática, da influência da hierarquia eclesiástica e do impacto da visibilidade desproporcional dos líderes religiosos nas notícias. É certo que os padres e os bispos têm um papel central na tomada de decisões e liderança da Igreja, o que os torna nas figuras naturalmente destacadas nos *media* quando se trata de questões religiosas e doutrinárias. São considerados fontes com autoridade e confiáveis sobre questões religiosas, já que a sua formação teológica e posição na hierarquia conferem-lhes credibilidade para serem os interlocutores preferenciais da Igreja.

As fontes institucionais ou representacionais desempenham um papel crucial na área da comunicação, especialmente para alguém que exerce atividade profissional nesse campo. Uma dessas razões tem a ver com a credibilidade. As fontes institucionais, como órgãos governamentais, e representacionais, como organizações de classe ou sindicatos, geralmente são percebidas como confiáveis. As informações provenientes dessas fontes tendem a ser vistas como mais credíveis pelos públicos, o que é fundamental para a construção de confiança.

Além disso, essas fontes têm acesso a informações privilegiadas que não estão disponíveis publicamente. Isso é valioso para os comunicadores, pois permite que eles forneçam informações exclusivas e atualizadas. Também têm uma compreensão mais profunda dos assuntos que estão relacionados com a sua área de atuação e isso ajuda a interpretar e contextualizar as informações de forma mais eficaz para o público.

Colaborar com as fontes institucionais ou representacionais pode fortalecer a capacidade do comunicador para alcançar os seus objetivos. Essas fontes podem fornecer apoio, recursos e uma plataforma para a disseminação de informações.

Os próprios jornalistas facilmente integram na sua rede de contactos clérigos dispostos a dar declarações oficiais sobre assuntos da Igreja. Isso facilita a obtenção de informações e declarações que podem ser cruciais para a construção de notícias, porque estão envolvidos nas decisões importantes da Igreja, o que torna suas opiniões e posicionamentos relevantes para as notícias sobre políticas internas, doutrina e questões éticas.

No entanto, essa predominância de fontes pode levar a uma visão limitada ou até enviesada das complexidades da Igreja e, dessa forma, a diversidade de opiniões e vozes dentro da comunidade católica não estar a ser adequadamente refletida. Ainda como consequência, os leigos, que compõem a maioria da Igreja, acabam por terem as suas vozes relegadas para segundo plano nas notícias sobre assuntos religiosos, fazendo com que haja uma diminuição da representação de experiências quotidianas e perspetivas diversificadas. Por isso, a predominância dos clérigos nas notícias pode reforçar a perceção de que a Igreja é fortemente hierárquica, obscurecendo potencialmente a contribuição dos leigos para a vida da Igreja.

Estamos em crer que a própria Igreja se dá conta desta situação. Parece claro, mesmo sem a rapidez desejada, que a Igreja tem assumido uma transição gradual na sua forma de estar mais tradicional, com uma maior presença dos leigos nos organismos de decisão e ação, nomeadamente naqueles que exigem uma ligação com os diversos canais de comunicação.

Nos parágrafos anteriores fizemos referência à questão dos gabinetes de comunicação. Nos últimos anos tem-se assistido à nomeação de fiéis não clérigos para superintenderem os gabinetes de comunicação e assumirem os esforços na relação das dioceses com a comunicação social.

Leigos com formação e experiência em comunicação trazem habilitações profissionais específicas que incluem conhecimento em estratégias de comunicação, relações-públicas, redação, design, *social media* e outras áreas relevantes, resultando numa comunicação mais eficaz. Além disso, oferecem uma perspetiva objetiva e imparcial na comunicação,

por estarem aptos para analisar e apresentar informações de maneira mais neutra e evitarem o viés teológico ou religioso que de que a hierarquia não raramente padece.

Os leigos, geralmente, estão mais familiarizados com as tendências atuais dos *media*, acompanham a tecnologia e conhecem as diversas plataformas de comunicação. Isso permite aos gabinetes de comunicação adaptarem as suas estratégias para alcançar diferentes públicos, incluindo os mais jovens. Pela sua natureza, os leigos estão mais conectados com a diversidade de perspectivas, culturas e demografias presentes na sociedade e isso ajuda a garantir que a mensagem da Igreja seja comunicada de maneira mais adequada para os diferentes públicos. O facto de terem maior probabilidade de serem ágeis na adoção de novas tecnologias aliado à capacidade para uma linguagem mais acessível, que facilite a comunicação de conceitos religiosos complexos de maneira mais clara e compreensível para o público em geral, isso permitindo que a Igreja alcance públicos variados através de diferentes canais de comunicação de forma efetiva.

E, atualmente, a comunicação não se resume a enviar uma mensagem à sociedade de acordo com o modelo de transmissão convencional. Em vez disso, a comunicação acontece a partir e entre diferentes grupos sociais, seguindo um modelo que envolve a participação, colaboração, troca de informações e diálogo. Isso é evidente no funcionamento da *internet* e, mais especificamente, nas redes sociais, onde as pessoas interagem de maneira ativa e constroem significados juntas (Puntel, 2011, p. 238). O Papa Bento XVI, na sua mensagem para o 47º Dia Mundial das Comunicações Sociais, afirma que “a autenticidade dos fiéis, nas redes sociais, é posta em evidência pela partilha da fonte profunda da sua esperança e da sua alegria” (Bento XVI, 2013), significando a necessidade dos leigos se comprometerem com os novos espaços mediáticos digitais para se envolverem na comunicação da sua fé.

## **O Vaticano II por acontecer**

Depois de tudo o que foi dito a propósito das relações entre a Igreja e os *media* e a participação dos leigos por forma a ajudar a reduzir o sentido da presença clericalista, resta fazer ainda uma referência ao momento que a instituição atravessa com a realização do Sínodo dos Bispos. Embora seja um evento que acontece regularmente, este tem a particularidade de, por vontade do Papa Francisco, envolver todos os membros da Igreja —

pelo menos na fase de auscultação —, com destaque para os leigos e para a sua participação.

O tema do Sínodo dos Bispos, cuja assembleia está marcada para outubro de 2023, é “Para uma Igreja Sinodal: Comunhão, Participação e Missão”. Com a escolha deste tema, o Papa Francisco pretende enfatizar a importância da sinodalidade na vida e na missão da Igreja. Esta sinodalidade refere-se a um modelo de governo e tomada de decisões na Igreja que envolve a participação ativa de todos os membros, desde o Papa e os bispos até os leigos. No entanto, esta envolvimento dos leigos tinha sido até então uma mera formalidade, refletida na resposta a um inquérito. Porque o objetivo é promover uma maior colaboração e diálogo entre os diferentes níveis da Igreja, reconhecendo que todos os batizados têm um papel a desempenhar na missão da Igreja, o Papa Francisco integrou uma fase de auscultação mais prolongada e efetiva.

O tema “Para uma Igreja Sinodal: Comunhão, Participação e Missão” reflete o desejo de fortalecer os princípios de participação e corresponsabilidade na Igreja. O Sínodo dos Bispos é uma oportunidade para discutir como esses princípios podem ser mais efetivamente implementados em todos os aspetos da vida eclesial, abrangendo desde as estruturas hierárquicas até a evangelização e a missão da Igreja no mundo atual. Na prática, pretende consumir-se um desejo que já vem dos tempos do Concílio Vaticano II realizado há 60 anos.

O Concílio Vaticano II, realizado entre 1962 e 1965, teve como objetivo principal a renovação e a adaptação da Igreja Católica às mudanças e desafios do mundo moderno. Várias dessas mudanças significativas foram implementadas com base nas deliberações do concílio, mas ainda existem áreas em que o trabalho de implementação e aprofundamento estão em andamento. Uma delas é a participação dos Leigos. Como já dissemos, o concílio enfatizou o papel fundamental dos leigos na vida e missão da Igreja. No entanto, uma das conclusões a que nos podemos permitir é a necessidade de um fortalecimento da participação efetiva dos leigos em níveis de tomada de decisão e liderança na Igreja, garantindo que suas vozes sejam ouvidas e valorizadas. Aliás, esse tem sido o caminho que a Igreja assumiu, repensando a comunicação de forma a “incentivar, a patrocinar, a respaldar experiências de comunicação do próprio povo” (Pinheiro, n.d., p. 2). A ideia não é retirar o discurso aos porta-vozes institucionais, mas alargá-lo à participação dos fiéis.

Considera-se, pois, que o mundo das comunicações é apresentado como útil e necessário para a missão da Igreja, podendo dar grande contributo para o anúncio do Evangelho. “De tal modo é, pois, indispensável o empenho de todos para defender o direito à informação, à liberdade de imprensa segundo os critérios éticos, como também garantir o acesso às tecnologias e implantar a Pastoral da Comunicação” (Duarte, 2016, p. 79)

Contextualizando esta participação na área da comunicação como uma das dimensões da vida eclesial lembramos que os leigos têm a capacidade de utilizar as plataformas de comunicação modernas para disseminar a mensagem da Igreja. Isso inclui redes sociais, blogues, sites e outras ferramentas online, que oferecem oportunidades para partilhar informações, reflexões e testemunhos de fé. Assumindo isso, eles podem atuar como comunicadores da fé, partilhar os ensinamentos da Igreja e explicar aspetos da doutrina católica de forma acessível. A participação dos leigos na comunicação pode promover o diálogo interno na Igreja e a partilha de perspetivas diversas, enriquecendo a reflexão teológica e pastoral e permitindo que a Igreja responda melhor às necessidades dos seus membros. Os leigos têm experiências variadas em suas vidas quotidianas, o que pode enriquecer a comunicação da Igreja. Ao partilharem testemunhos pessoais e histórias de vida, os leigos conseguem transmitir com mais relevância a importância da fé no contexto das realidades contemporâneas.

Além dos meios digitais, os leigos também podem participar meios tradicionais, como jornais, rádio e televisão, contribuindo para programas e publicações que abordem questões religiosas, éticas e sociais, oferecendo uma perspetiva católica. A própria Igreja pode incentivar a formação dos leigos em comunicação, capacitando-os para comunicar com integridade, respeito e responsabilidade.

A contribuição dos leigos envolvidos em órgãos de comunicação da Igreja, como jornais diocesanos, sites e programas de rádio pode enriquecer a variedade de conteúdo e perspetivas oferecidos.

## **O vasto território eclesial**

O catolicismo, por ser uma das religiões mais antigas e influentes do mundo, tem uma presença não se limita apenas à dimensão religiosa, litúrgica, celebrativa e institucional,

mas também abrange uma série de organizações, movimentos, associações e aspetos culturais que vão muito para além de uma visão monolítica da Igreja Católica. Como dia Eduardo Duque, “dimensão religiosa dos portugueses não se prende apenas com a sua ligação a uma religião e às suas práticas” (Duque, 2022; p. 22).

A Igreja do presente, ciente da sua herança, não pode viver amarrada a uma religiosidade nostálgica dos tempos passados, a partir da ideia de que antigamente é que era bom. Esse saudosismo de tempos sociais e religiosos completamente distintos dos de hoje em nada ajuda a ver a realidade tal como ela é, com tanta coisa de bom sempre a acontecer, mas também com coisas menos agradáveis que, infelizmente, na maior parte das vezes, é o que ganha maior relevo na comunicação social. (Duque, 2022; p. 35)

Essa complexidade e diversidade podem ser exploradas em várias áreas onde os membros da organização religiosa vão atuando na sociedade.

Um dos exemplos mais flagrantes dessa realidade é a constatação do facto de que o Catolicismo tem uma longa tradição de caridade e assistência social. Além das ações da Igreja Católica em si, existem numerosas organizações católicas dedicadas a causas humanitárias, como a Cáritas, que oferecem ajuda a pessoas em situações de pobreza e emergência ao redor do mundo. Essas organizações desempenham um papel fundamental na promoção da justiça social e na prestação de cuidados aos necessitados.

9 em cada 10 portugueses não está envolvido ativamente em qualquer organização de ordem social, cultural, ambiental, profissional ou de outra ordem, nem desenvolve qualquer tipo de atividade nelas e, dos que estão comprometidos, é nas organizações religiosas ou ligadas à Igreja que mais se envolvem. (Duque, 2022; p. 83)

Dentro da Igreja Católica, existem diversos movimentos de base que se concentram em questões específicas, como os Movimentos de Trabalhadores Cristãos, que procuram promover os valores cristãos nos locais de trabalho. Esses movimentos desempenham um papel importante na reflexão sobre como a fé pode ser vivida no contexto das realidades quotidianas<sup>11</sup>.

---

<sup>11</sup> “A Liga Operária Católica - Movimento de Trabalhadores Cristãos - LOC/MTC, é um Movimento especializado da Ação Católica que, pela vivência e pelo seu testemunho da mensagem cristã, no seio dos

O catolicismo também tem uma forte presença no campo da educação. Escolas católicas e universidades desempenham um papel significativo na formação de jovens e na disseminação dos valores cristão. Além disso, instituições de ensino superior católicas estão envolvidas em pesquisa acadêmicas que abrangem uma variedade de disciplinas.

Ora, uma destas temáticas mais presentes nas preocupações do magistério universal do século XX é precisamente a da educação. Por três razões fundamentais. Em primeiro lugar, porque as circunstâncias o impunham: face às terríveis ditaduras que excluía expressamente da tarefa educativa todos os que não perfilhassem o seu «pensamento único» e que modelavam a pessoa e a sociedade no mais puro materialismo, a Igreja teve de intervir. Pio XII, com a encíclica *Divini illius magistri* (1931) — o primeiro documento dedicado monograficamente à educação — reivindicava o direito natural de a Igreja ensinar e promover a sua visão sobre o homem e sobre a sociedade. Mais tarde, foi o Concílio que, com a Declaração sobre a Educação Cristã, *Gravissimum Educationis* (1965), reflectia sobre as condições do cumprimento, no tempo presente, da ordem expressa de Jesus: “Ide por todo o mundo e ensinai todos os povos”. (Linda, 2006, p. 390)

A Igreja Católica envolve-se cada vez mais no diálogo inter-religioso, promove a compreensão e o respeito entre as diferentes tradições religiosas. Isso inclui o diálogo com outras denominações cristãs, bem como com religiões não-cristãs, como o Islão e o Judaísmo.

A influência do Catolicismo na arte e cultura ao longo da história é inegável. A arquitetura de igrejas, a pintura religiosa e a música sacra são apenas alguns exemplos de como a fé católica se manifesta na cultura. Além disso, a Igreja Católica tem um rico património de

---

trabalhadores, se situa na dinâmica da vida operária, participando na caminhada solidária dos trabalhadores que buscam a justiça e a sua promoção coletiva. É um espaço de reflexão que permite aos seus militantes partilhar e aprofundar a sua fé cristã em ligação com os seus compromissos no mundo do trabalho. Nesse espaço aprofundam, também, a sua consciência de ser Igreja, à qual pertencem ontologicamente pelo Batismo, e organicamente ligados a nível do Movimento, através dos Assistentes oficialmente nomeados pela hierarquia. O seu método original é a Revisão de Vida: Ver - Julgar - Agir, através do qual os militantes procuram lançar um olhar mais profundo e crítico sobre as realidades do mundo do trabalho para a descobrir os sinais vivos de Jesus Cristo Ressuscitado e do Reino de Deus em germinação.” (in [http://www.anuariocaticoportugal.net/ficha\\_instituicao.asp?instituicaooid=48](http://www.anuariocaticoportugal.net/ficha_instituicao.asp?instituicaooid=48), cobnsultado em 19 de setembro de 2023)

festivais e tradições que continuam a desempenhar um papel importante na vida cultural de muitas regiões do mundo. Os comportamentos dos portugueses relativos à forma como vivem a sua dimensão religiosa e a relação que a mesma pode assumir em questões de ordem moral, social e até cultural nas suas vidas, é uma perspetiva que não pode ser ignorada (Duque, 2022. p. 88). Muitos católicos estão envolvidos em ativismo social e político, defendendo questões como justiça social, direitos humanos e proteção do meio ambiente. Organizações católicas como a Pax Christi<sup>12</sup> trabalham ativamente na promoção da paz e na resolução de conflitos a nível global.

Além de suas atividades internas, a Igreja Católica continua a ser uma força global na propagação da fé cristã. Missionários católicos trabalham nos cinco continentes, onde, para além de difundirem a mensagem do Evangelho, oferecem assistência a comunidades pobres.

### **Uma possível proposta de relacionamento futuro**

A relação entre a imprensa e a Igreja tem sido objeto de discussão e evolução. É uma relação complexa e tem implicações significativas para ambos os lados, o que justifica um empenho de ambas as partes que, notoriamente, tem crescido nos últimos anos.

É claro que a imprensa deve continuar a desempenhar um papel crítico em manter a Igreja responsável pelas suas ações. É o seu papel e não pode abdicar dele. Isso inclui investigar denúncias de abuso e corrupção, promovendo a transparência e a prestação de contas dentro da instituição religiosa. A transparência e a responsabilidade são princípios fundamentais que devem nortear a relação entre a Igreja e os *media*, uma vez que ambas as instituições desempenham papéis significativos na sociedade. Neste caso, a igreja deve

---

<sup>12</sup> A Pax Christi é um Movimento Católico Internacional para a Paz, fundado em França em 1945 com o objetivo de encorajar a reconciliação e a paz no seio das nações feridas pela II Guerra Mundial. Como movimento baseado na fé, com mais de 100 organizações membros ativas em todo o mundo, a Pax Christi procura transformar um mundo abalado pela violência, pelo terrorismo, pelo aprofundamento das desigualdades e pela insegurança global, num mundo onde as pessoas possam viver em paz, sem medo da violência, em todas as suas formas, trabalhando, com todos os homens e mulheres de boa vontade, pela paz entre todos, testemunhando sempre a paz de Cristo. (in [http://www.anuariocatolicoportugal.net/ficha\\_instituicao.asp?instituicaoid=25](http://www.anuariocatolicoportugal.net/ficha_instituicao.asp?instituicaoid=25) consultado em 19 de setembro de 2023)

ser transparente na divulgação de informações relevantes, como finanças, atividades e decisões administrativas. Isso ajuda a manter a confiança dos fiéis e do público em geral. A transparência também é essencial para enfrentar problemas como abusos dentro da Igreja. Abrir investigações independentes e partilhar os resultados com a imprensa e o público demonstra um compromisso com a justiça e a responsabilidade. Por sua vez, os líderes religiosos devem comunicar de maneira clara e acessível ao público. Isso ajuda a evitar mal-entendidos e promove um diálogo aberto.

Em vez de adotar uma abordagem de confronto, a imprensa e a Igreja podem trabalhar juntas para promover o diálogo construtivo. Isso envolve desenvolver espaços para que os líderes religiosos expressem as suas opiniões e valores, ao mesmo tempo que permitem o escrutínio jornalístico responsável. Neste caso, verificamos que já existem canais de comunicação diretos com líderes religiosos de forma a realizar entrevistas e cobrir eventos relacionados com a Igreja.

Os jornalistas devem continuar a aderir aos padrões éticos a que têm habituado os seus públicos ao relatar questões relacionadas com a Igreja. Isso inclui respeitar a privacidade das pessoas, evitar sensacionalismos e garantir que as informações sejam precisas e imparciais.

Um dos aspetos mais relevantes para um melhor relacionamento é a necessidade de haver uma maior variedade de perspetivas dentro da Igreja, que ajuda a refletir a diversidade de opiniões dentro da comunidade religiosa. Se a Igreja é percebida como monolítica, com uma única perspetiva predominante, isso aumenta a tendência para a criação de estereótipos e generalizações simplistas por parte da imprensa e do público. Ter uma variedade de perspetivas ajuda a evitar essas simplificações e a oferecer uma imagem mais precisa da própria Igreja.

A evolução da tecnologia e das redes sociais desempenha um papel crucial na forma como a Igreja é coberta pela imprensa. As plataformas digitais oferecem oportunidades para ela se comunicar diretamente com os seus seguidores, mas também aumentam a necessidade de vigilância jornalística. As redes sociais e as tecnologias digitais permitem que as notícias e informações sejam disseminadas rapidamente. Por essa razão, as declarações da

Igreja podem alcançar um público global numa questão de minutos. Deve haver a consciência de que essa situação aumenta a pressão sobre a imprensa para cobrir as notícias em tempo real e pode impactar a maneira como os eventos são relatados e interpretados. Também a facilidade de disseminação de informações nas redes sociais também apresenta desafios significativos em relação à desinformação e notícias falsas. Os *media* desempenham um papel importante na verificação de fatos e na análise crítica das informações compartilhadas nas redes sociais, especialmente quando se trata de assuntos relacionados com a Igreja. Mesmo a transparência da Igreja pode ser examinada de perto nas redes sociais.

Tanto a imprensa como a Igreja têm um papel importante na promoção da responsabilidade social. Os jornalistas devem dar destaque a iniciativas de caridade e justiça social lideradas pela Igreja, ao passo a Igreja pode continuar a envolver-se em ações que beneficiem a comunidade. Nestas ações, achamos urgente educar o público para a importância da literacia mediática de maneira a ajudar as pessoas a discernir quais são as informações confiáveis e a entender a importância da imprensa na sociedade.

A relação entre a imprensa e a Igreja enfrentará desafios contínuos, incluindo questões de liberdade religiosa, polarização e o papel das redes sociais na disseminação de informações. Ambos os lados devem estar preparados para lidar com esses desafios. Portanto, o futuro da relação entre a imprensa e a Igreja depende da promoção da transparência, responsabilidade e diálogo construtivo. Ambos os lados têm um papel a desempenhar na construção de uma sociedade informada.

## CONCLUSÕES

Nas nossas conclusões, além dos necessários contributos da literatura e da análise dos dados encontrados, tentaremos explicitar todas as limitações decorrentes deste mesmo estudo no sentido de criar propostas para novas investigações e lançar pistas passíveis de serem desenvolvidas noutros trabalhos e noutros contextos. Torna-se para nós claro que o presente trabalho se afigura apenas como porta de entrada para perceber de forma aprofundada a questão da presença da notícia de temática religiosa católica no panorama da imprensa portuguesa. Como nos propusemos, apenas analisámos quatro jornais (ver Tabela nº 1) que, de forma alguma poderão fornecer uma ideia exata e rigorosa de uma temática que está presente nas centenas de títulos que compõem o panorama editorial e jornalístico do país. As 212 edições analisadas, embora nos deem uma perspectiva do tema nunca poderão dar azo a uma extrapolação para um universo incomensuravelmente maior. Por um lado, o *corpus* de análise aparenta ser reduzido e redutor tendo em conta o assunto a que se propõe, por outro lado, a análise desse *corpus* também merecerá um aprofundamento mais exaustivo de forma a inferirmos conclusões mais alargadas. Por esta duas razões, foi nossa intenção fazer deste trabalho um ponto de partida para investigação numa área para a qual encontrámos um estado da arte ainda muito incipiente, já que não existem disponíveis estudos que tenham a direção que propusemos neste.

### *A importância do fenómeno religioso*

Mesmo assim, umas das conclusões mais imediatas é a da importância do fenómeno religioso no jornalismo português, pois não é, de todo, despiciendo as 201 peças noticiosas recolhidas para o *corpus* e que representa uma média de uma peça por edição analisada (ver Tabela nº 2) e a ocupar metade da página, também em média (ver Tabela nº5). Pondo de parte a atenção e o rigor que lhe deve ser dedicado, é certo que é um tema que não pode ser ignorado, pois por si só já encerra valor-notícia suficiente para encontrar espaço mais ou menos alargado nas páginas dos jornais.

Uma das questões que levantámos no início tinha a ver com a identificação do espaço dado ao tema da religião católica pela imprensa regional comparativamente à nacional. A abordagem do tema pela imprensa regional e nacional — a semelhança de qualquer outro

tema — pode variar significativamente devido a vários fatores, incluindo o público-alvo, a linha editorial e as influências culturais e políticas. Este aspeto é focado, por exemplo, por Bobkowski, quando investigou a hipótese da religiosidade dos jornalistas poder constituir uma força de *gatekeeping* que influencia a cobertura da religião (Bobkowski, 2009, p.56). A imprensa regional tende a estar mais conectada com questões locais e comunitárias (Carvalho, 2013, p.8). Portanto, a cobertura religiosa na imprensa regional está mais focada em eventos e atividades religiosas que afetam diretamente a população local, como celebrações religiosas, eventos em paróquias locais e questões relacionadas à comunidade religiosa local. A título de exemplo, no título regional *Jornal de Leiria* todas as peças encontradas são, ou de âmbito regional, ou de âmbito local, numa proporção de 3 para 2 (ver Tabela nº 8). Por outro lado, a imprensa nacional está mais inclinada a cobrir questões religiosas de um ponto de vista nacional ou internacional, incluindo eventos e declarações relevantes para todo o país, como se pode comprovar pelo *Público* em que 90% das notícias são de âmbito nacional ou internacional. Grandes celebrações religiosas e eventos de importância nacional, como visitas papais ou eventos significativos de determinada tradição religiosa, têm a probabilidade de receber mais destaque na imprensa nacional.

### ***Preferência pela notícia***

No que toca a géneros ou formatos jornalísticos, a notícia é o preferencial — 52%, conforme a Tabela nº 3 —, também porque é a forma mais comum de conteúdo jornalístico. As notícias tendem a ser concisas e diretas, focando nos factos e detalhes essenciais, pois, como vimos, a média de espaço ocupado situa-se na meia página, incluindo os elementos valorativos gráficos, como as imagens, que estão presentes em 64% das peças (ver Tabela nº 7). Para além disso fornecem informações recentes e objetivas sobre eventos religiosos, declarações de líderes religiosos, acontecimentos em instituições religiosas e outras questões relacionadas com a religião. Também a linha editorial do jornal influencia esta opção, pelo que o género reportagem também tem uma presença importante. Neste aspeto, tomemos como exemplo o jornal *Público* que, no seu estatuto editorial afirma ser “um jornal diário de grande informação, orientado por critérios de rigor e criatividade editorial,

sem qualquer dependência de ordem ideológica, política e económica”<sup>13</sup>. Dos quatro títulos analisados, é o que dá mais importância aos géneros *entrevista* e *reportagem*, que representam 11% e 50% das suas peças, respetivamente.

Também a importância dada à temática religiosa na distribuição espacial na imprensa varia de acordo com vários fatores, incluindo o contexto cultural, a demografia da audiência, a relevância dos eventos religiosos e as práticas editoriais do veículo de comunicação. Um caso paradigmático é o do *Correio da Manhã* que, para além da maior média de peças por edição (a seguir à *Reconquista*, que é um título católico), também tem a segunda maior média de área ocupada por cada peça (56% de página, a seguir aos 126% de página, do *Público*). Não há uma regra única que defina o volume exato da mancha gráfica ocupada pela temática religiosa, pois isso pode diferir amplamente de uma publicação para outra, como no dizem os números anteriores. Mais uma vez se percebe que grandes eventos religiosos, como celebrações de feriados religiosos importantes, visitas papais, peregrinações e festivais religiosos, geralmente recebem uma cobertura mais extensa e podem ocupar uma parte significativa da mancha gráfica durante esses períodos. Comprova-o o facto do tema *evento periódico* encabeçar a lista de contagem de temas IPTC, com 17%, e *feira/romaria* posicionar-se no terceiro posto, com 8,5% (ver Tabela nº 4). Convém salientar que a maioria das publicações busca um equilíbrio entre diferentes tópicos, incluindo notícias locais, nacionais, internacionais, política, cultura, entretenimento e religião. O volume ocupado pela temática religiosa dependerá sempre de como essa proporção é determinada em redação.

### ***Deontologia jornalística***

O jornalismo em Portugal obedece a um conjunto de normas deontológicas que, regra geral, os seus profissionais fazem questão de aplicar. Por isso mesmo, o tom neutro e informativo é comum em notícias diretas sobre eventos, declarações ou atividades da Igreja, pois o jornalista procura apresentar os fatos de maneira objetiva e imparcial, evitando o viés pessoal. Pelo que caracteriza o jornalismo, não podemos considerar que a opção por temáticas menos favoráveis ao interesse da Igreja Católica identifique o tom

---

<sup>13</sup> In <https://www.publico.pt/nos/estatuto-editorial>, consultado em 14 de setembro de 2023

das peças informativas. Aliás, essa conduta é exigida logo no primeiro ponto do Código Deontológico do jornalista, que afirma que

o jornalista deve relatar os factos com rigor e exatidão e interpretá-los com honestidade. Os factos devem ser comprovados, ouvindo as partes com interesses atendíveis no caso. A distinção entre notícia e opinião deve ficar bem clara aos olhos do público.<sup>14</sup>

A única dedução que se pode fazer é que o jornalista faz o seu trabalho de forma imparcial sempre com o contraditório presente. Pelo que podemos inferir do nosso estudo, não nos parece que haja uma predileção especial em noticiar factos mais controversos e menos “abonatórios” para a Igreja Católica. Temas como *comportamento*, *abusos sexuais*, ou *disciplina*, ocupam lugares medianos na tabela (ver Tabela nº 4, referente aos temas IPTC). Mesmo na contagem dos termos mais usados nas peças que ocupam mais de 80% de página, as temáticas consideradas mais polémicas também surgem secundarizadas, embora com alguma preponderância. Acerca desta questão, poderemos derivar para a temática da relação entre a Igreja e os media, ou ainda para a perceção que a Igreja tem do processo jornalístico. A relação da Igreja Católica com os meios de comunicação não é recente e nem sempre foi harmoniosa. A instituição religiosa possui uma longa tradição histórica de comunicação com os fiéis, no entanto, esse processo foi intensificado no século XX, com o surgimento dos meios de comunicação em massa. No entanto, embora com períodos de implícita censura e desconfiança, a Igreja foi gradualmente adaptando-se aos meios de divulgação, percorrendo os meios tradicionais até alcançar, nos dias de hoje, o ambiente digital (Moreira, 2019; p. 120). Neste aspeto, o Papa Francisco tem feito intervenções que ajudam a minimizar erros históricos (Moreira, 2019; p. 128)

### ***Fenómeno Fátima***

Relativamente à questão do peso do fenómeno “Fátima” nas notícias, concluímos que não é por um jornal ter uma maior proximidade geográfica com Fátima que lhe dará mais importância. Fátima é um fenómeno à escala mundial e tem um peso significativo nas notícias dos jornais, especialmente em Portugal e em contextos onde a religião católica desempenha um papel importante, e é um dos principais locais de peregrinação católica no mundo. Devido à sua natureza religiosa, histórica e cultural, Fátima frequentemente

---

<sup>14</sup> In <https://jornalistas.eu/novo-codigo-deontologico/>, consultado em 14 de setembro de 2023

ocupa um espaço considerável na cobertura jornalística, especialmente durante os principais eventos religiosos e aniversários relacionados, mas os critérios de publicação não dependem de fatores geográficos. Esta previsão é confirmada pelo estudo, já que, na contagem dos três termos mais usados em peças relativamente extensas, o termo *Fátima* é o que surge em primeiro lugar. Se considerarmos os 10 termos mais usados, *Fátima* aparece na sexta posição, ultrapassada por termos mais vagos, como *Igreja*, *bispo*, *diocese* e *papa*.

### ***Fator periodicidade***

Não esqueçamos também que a periodicidade dos jornais é um fator crítico a ser considerado na definição dos critérios editoriais. A frequência com que um jornal é publicado — diariamente, semanalmente, mensalmente ou noutra intervalo de tempo — desempenha um papel importante na determinação do conteúdo, estilo e abordagem editorial. A título de exemplo, os jornais diários têm como foco principal a entrega de notícias atualizadas diariamente. Portanto, os seus critérios editoriais deixam transparecer a relevância imediata das histórias. Em contraste, os jornais semanais ou mensais podem concentrar-se em análises mais aprofundadas e histórias que não dependem da atualidade. A frequência de publicação também afeta a amplitude de tópicos que um jornal pode cobrir. Os jornais diários geralmente abrangem uma ampla gama de notícias locais, nacionais ou internacionais. Já os jornais semanais ou mensais podem especializar-se em tópicos específicos, como cultura, negócios ou política. A periodicidade influencia ainda os recursos disponíveis para pesquisa, redação e edição de matérias, pois os jornais diários têm frequentemente equipas maiores e prazos mais curtos, enquanto os jornais mensais podem ter mais tempo para investigar aprofundadamente as histórias.

Relativamente aos critérios fazem de um acontecimento religioso uma notícia, eles não são muito diferentes das outras áreas da sociedade. A decisão de publicar uma informação de temática católica segue princípios jornalísticos gerais, juntamente com considerações específicas relacionadas com relevância religiosa e a sensibilidade do assunto. Por isso a notícia deve ter conteúdo relevante para o público-alvo do veículo de comunicação e ter um interesse amplo. Isso inclui notícias sobre eventos significativos da Igreja, declarações de líderes religiosos ou questões que afetam a comunidade religiosa ou a sociedade em geral. É normal que questões que geram discussões relevantes ou têm implicações a longo

prazo devam ser consideradas para publicação por terem um impacto significativo na sociedade ou na cultura, seja pela sua natureza religiosa, ética ou social. O conteúdo tem tendência a ser adequado à audiência do veículo de comunicação pelo que as notícias religiosas podem ser mais relevantes para veículos de comunicação com um público interessado em religião.

### *A (in)definição de noticiabilidade*

A noticiabilidade é geralmente definida por uma combinação de fatores que envolvem tanto a equipa editorial como as características do público-alvo. Não é uma única entidade que determina a noticiabilidade, mas sim uma interação complexa de vários elementos. Os jornalistas e a equipa editorial desempenham um papel central na determinação da noticiabilidade. Eles são responsáveis por avaliar a importância, o impacto, o interesse público e a relevância de uma história. São eles que consideram critérios jornalísticos, como relevância, originalidade e alcance potencial. Embora a fonte da informação possa influenciar a percepção inicial de uma história, o jornalista é responsável por verificar a autenticidade, a precisão e a confiabilidade da informação antes de decidir se a história é noticiável. Essa noticiabilidade é frequentemente determinada pelo interesse público e pela relevância da história para a comunidade ou público-alvo. As histórias que afetam a vida das pessoas, têm implicações sociais, políticas ou culturais, ou tocam em questões de interesse geral, são mais propensas a serem consideradas noticiáveis.

O que faz com que "meros" acontecimentos se tornem acontecimentos jornalísticos? (...) são pelo menos três as características que levam a que essa distinção aconteça: o excesso, a falha e a inversão. Porém, estas três bases apresentadas não se mostravam como suficientes para tornar essa distinção possível e, por isso, os jornalistas usam diariamente, e já sem pensar ou notar, os valores-notícia de forma a determinar a noticiabilidade de determinado evento. Eles são vários e suscetíveis de diferentes visões. Nelson Traquina (2002: 186) chama-os de "óculos" que permitem aos jornalistas olhar de maneira diferente para a realidade universal. (Pedro, 2016; p. 7)

Tendo isso em conta, os conteúdos passíveis de serem caracterizados como alusivos à religião ou ao fenómeno religioso abrangem uma ampla gama de tópicos, contextos e formas de expressão. Podem ser simples notícias religiosas de eventos, declarações e atividades relacionados a instituições religiosas, líderes religiosos, peregrinações, celebrações religiosas, entre outros, até debates éticos e filosóficos, como as discussões sobre

questões como aborto, eutanásia, direitos LGBT, liberdade religiosa, justiça social, entre outros. As reportagens sobre peregrinações também são uma temática desejável, assim como entrevistas com especialistas e/ou líderes religiosos.

### ***O posicionamento da Igreja no espaço público***

Também poderemos discorrer sobre as conclusões que devemos considerar em jeito de pistas para o aprofundamento do estudo nesta área. As mudanças nas atitudes sociais e culturais em relação à religião e à Igreja Católica influenciam a maneira como a Igreja é percebida e coberta pela imprensa e as questões como secularismo, pluralismo religioso e mudanças nas práticas religiosas podem afetar a noticiabilidade (Reinhardt, 2020). No entanto, o avanço da tecnologia e o crescimento dos meios digitais têm um impacto significativo na forma como as notícias são consumidas (Moreira, 2019). Já é constatável ver uma migração maior para plataformas digitais, influenciando a forma como a Igreja é coberta e como as histórias são difundidas. Já as declarações e mensagens dos líderes da Igreja Católica sobre questões sociais, éticas e políticas continuarão a moldar a cobertura jornalística, pelo que a posição da Igreja em relação a questões contemporâneas afetará sempre a sua imagem nos *media* (Sá, 2017).

Um pouco à margem deste tema, mas ligado a ele de forma inexorável, é transparência da Igreja em relação a questões como abuso sexual, corrupção e outros escândalos. A maneira como a Igreja lida com essas questões impactará sempre a sua cobertura jornalística. Neste aspeto, afigura-se de importância extrema a forma como a Igreja Católica comunica com o público, cujo interesse, por sua vez, moldará a maneira como os veículos de comunicação abordam essa temática (Braz, 2019).

O posicionamento da Igreja no espaço mediático é uma questão de grande relevância na era da comunicação digital e da informação em tempo real. A Igreja Católica, enquanto uma das instituições religiosas mais antigas e influentes do mundo, enfrenta desafios e oportunidades únicas neste contexto. Desde logo, a sua visibilidade e presença mediática, com o Papa Francisco a ser uma das figuras mais reconhecíveis e amplamente difundidas pelos meios de comunicação. A sua presença nos *media* inclui não apenas as tradicionais

conferências de imprensa e publicações, mas também uma presença ativa nas redes sociais, onde o Vaticano e o próprio Papa mantêm contas para alcançar um público mais amplo.

Cada vez mais, a Igreja utiliza os media para comunicar diretamente com os seus fiéis. As celebrações a que o Papa preside, por exemplo, são transmitidas ao vivo e são assistidas por milhões de pessoas em todo o mundo, o que permite uma conexão imediata entre a liderança da Igreja e os crentes, independentemente da sua localização geográfica. Esses meios de comunicação também são usados para abordar questões atuais e desafios sociais, como a pobreza, as migrações, a justiça social e a proteção do meio ambiente o que demonstra a capacidade da Igreja de se adaptar e responder aos problemas do mundo contemporâneo.

Simultaneamente, a Igreja enfrenta, na atualidade, os mais importantes desafios, no que diz respeito à cobertura mediática de escândalos e controvérsias, como casos de abuso sexual por membros do clero. A forma como a Igreja lida com essas questões e como são retratadas nos media têm um impacto significativo na sua imagem pública.

A era digital trouxe consigo novos problemas como a disseminação rápida de informações e a proliferação de notícias falsas. Também a Igreja enfrenta o desafio de distinguir informações confiáveis de desinformação e manter a sua credibilidade na era digital.

O posicionamento da Igreja no espaço mediático é, portanto, multifacetado e complexo. Envolve a comunicação da sua mensagem espiritual, moral e social, bem como a gestão da sua imagem pública e a resposta a desafios contemporâneos. O uso eficaz dos *media* é vital para a Igreja Católica, não apenas como um meio de comunicação, mas também como parte integrante da sua missão de alcançar e envolver os fiéis e a sociedade em geral. Por isso, existe a necessidade, a partir deste estudo, de propiciar novas análises de campo que possam ajudar a Igreja a organizar o seu discurso para o mundo mediático.

Uma delas é a realização de pesquisas de opinião para compreender como a Igreja Católica é percebida pelo público em geral e pelos seus próprios fiéis. Isso ajudará a identificar áreas de força e fraqueza na imagem da Igreja e a adaptar o discurso de acordo com as percepções do público.

O próprio conteúdo produzido pela Igreja deve ser, ele próprio, analisado. Isso pode incluir a avaliação de mensagens-chave, tópicos recorrentes e a forma como questões controversas são abordadas, num escrutínio permanente e adaptativo. Passa por acompanhar de perto as redes sociais para entender como a Igreja é discutida online, identificar tendências emergentes, reações a eventos atuais e o impacto das mensagens da Igreja nas plataformas digitais.

Uma ferramenta imprescindível para potencializar a comunicação é o estudo comparativo do discurso da Igreja com o de outras instituições religiosas e organizações similares. Isso pode fornecer uma compreensão mais exata sobre como a Igreja se destaca ou se alinha com outras vozes religiosas no espaço mediático. Se a esta ferramenta se associar a realização de entrevistas e grupos de foco com jornalistas, líderes religiosos, e membros da comunidade para obter perspectivas sobre como a Igreja é percebida e como pode melhorar a sua comunicação, o resultado poderá trazer vantagens consideráveis para a instituição no espaço público.

Também não se pode descuidar as ferramentas de análise de dados para examinar a eficácia das estratégias de comunicação digital da Igreja, incluindo o alcance das suas mensagens, o envolvimento do público e a identificação de oportunidades de melhoria. Isto traduz-se numa resposta às tendências emergentes nos *media*, como o aumento do consumo de notícias online, o declínio da imprensa escrita e as mudanças nas preferências de audiência, e permite à Igreja um ajuste de estratégia de acordo com a evolução do panorama mediático.

A Igreja deve estabelecer mecanismos de *feedback* contínuo com os fiéis e com a comunidade em geral para garantir que a sua comunicação esteja alinhada com as necessidades e preocupações dos seus destinatários.

Ao realizar análises de campo e implementar estratégias baseadas nas conclusões dessas análises, a Igreja já pode organizar o seu discurso de forma mais eficaz no mundo mediático, comunicando a sua mensagem de maneira impactante e relevante para a sociedade contemporânea.

Para finalizar, o futuro da noticiabilidade da Igreja Católica na imprensa dependerá das dinâmicas em constante mudança entre a Igreja, os meios de comunicação e a sociedade em geral, e as tendências sociais, tecnológicas e culturais desempenharão um papel importante na forma como a Igreja é coberta e percebida pela imprensa.

## BIBLIOGRAFIA

- Agostinho, P. (2007). *Igreja e Media: relações entre o sagrado e o profano?*  
[Https://Agencia.Ecclesia.Pt/](https://Agencia.Ecclesia.Pt/). <https://agencia.ecclesia.pt/portal/igreja-e-media-relacoes-entre-o-sagrado-e-o-profano/>
- Amaral, V. (2011). A proximidade de uma imprensa regional à ideia de cidadania ativa. In *Ágora - Jornalismo de Proximidade* (pp. 1–16). LabCom.
- Américo, M. J. P. (2008). El hecho religioso y su tratamiento periodístico: limitaciones y dificultades. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 14(Religi3n), 561–573.  
<http://revistas.ucm.es/inf/11341629/articulos/ESMP0808110561A.PDF>
- Ascens3o, P. (2019). O pluralismo da informa33o no servi33o p3blico de televis3o.  
*Diversidade e Pluralismo Nos M3dia*, 73–91.
- Assis, F. De. (2016). Jornalismo diversional: a divers3o pela forma. *Libero*, 19(37), 143–152. <https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2016/08/Francisco-Assis-Libero-37.pdf>
- Batista, D. (2012). Aproxima33es discursivas entre Jornalismo e Religi3o: o caso da Folha Universal. *Anais Dos Simp3sios Da ABHR*.  
<http://www.abhr.org.br/plura/ojs/index.php/anais/article/view/371>
- Bento XVI, P. (2013). *Redes sociais: portais de verdade e de f3; novos espa3os de evangeliza33o - Mensagem para o 47º Dia das Comunica33es Sociais*.
- Bobkowski, P. (2009). Religion inside the schoolhouse gate: Gatekeeping forces and religion coverage in public high school newspapers. *Religion and Education*, 36(3), 54–70. <https://doi.org/10.1080/15507394.2009.10012457>
- Boisselier, S. (2016). O papel da institui33o r3gia no Portugal medievo: ensaio de uma perspectiva estrutural. *Locus, Revista de Hist3ria*, 22(1), 139–168.  
<https://locus.ufjf.emnuvens.com.br/locus/article/view/2902>
- Borges, A. (2002). Os media e a religi3o : sobre a teologia de Frei Bento Domingues. *Revista Lus3fona de Ci3ncia Das Religi3es*, 129–136.  
<http://hdl.handle.net/10437/5554>

- Braz, J. M. M. (2019). *O porta-voz na comunicação de crise - estudo de caso da comunicação do Papa Francisco sobre os abusos sexuais de menores na Igreja*. Universidade de Lisboa.
- Brustolin, L. A. (2016). O senso religioso na era digital: a nova ambiência da fé. *Horizonte*, 14(42), 497–517. <https://doi.org/10.5752/P.2175-5841.2016v14n42p497>
- Cabral, S. (2002). A prática jornalística e as religiões. *Revista Lusófona de Ciência Das Religiões*, 105–107. <http://hdl.handle.net/10437/5548>
- Camponez, C. (2012). Jornalismo regional: proximidade e distanciamos. Linhas de reflexão sobre uma ética da proximidade no jornalismo. In *Ágora - Jornalismo de Proximidade: Limites, Desafios e Oportunidades* (pp. 35–47). LabCom Books.
- Características dos gabinetes de imprensa eclesiais*. (2009). Correio Do Vouga. <https://sites.ecclesia.pt/cv/caracteristicas-dos-gabinetes-de-imprensa-ecclesiais/>
- Cardoso, G. (2006). *The Media in the Network Society* (Vol. 3). CIES. <https://doi.org/10.2307/778114>
- Carvajal, J. M. de A. (2003). *Pluralismo, cristianismo e União Europeia*. 183–188.
- Carvalho, A. C. V. (2012). *ANÁLISE DO DESIGN DE JORNAIS DIÁRIOS GENERALISTAS PORTUGUESES: Público, Diário de Notícias, Jornal de Notícias, Correio da Manhã e i*. <http://comum.rcaap.pt/handle/123456789/5780>
- Carvalho, A. (2004). Política, cidadania e comunicação ‘crítica’ da ciência. *Comunicação e Sociedade*, 6, 35–49.
- Carvalho, J. M. G. (2013). *A imprensa regional e local: estudo de caso do jornal O Ribatejo*.
- Cascais, A. F. (2004). A retórica dos resultados na comunicação da ciência. *Comunicação e Sociedade*, 6, 135–150.
- Clemente, D. M. (2002). A vitalidade religiosa do catolicismo português: do Liberalismo à República. In C. M. Azevedo (Ed.), *História Religiosa de Portugal (Vol. III)* (pp. 65–127). Círculo de Leitores.

- Conferência Episcopal Portuguesa. (n.d.). *Anuário católico*. Retrieved June 20, 2023, from <http://www.anuariocatolicoportugal.net/>
- Correia, F. (1997). *Os jornalistas e as notícias*. Editorial Caminho.
- Coutinho, J. P. (2019). Religiosidade em Portugal: caracterização, comparação e evolução. *Religião & Sociedade*, 39(3), 58–81. <https://doi.org/10.1590/0100-85872019v39n3cap03>
- Custódio, J. de A. C. (2006). *Vox medii vox dei : a apropriação do sagrado pela imprensa*. Universidade Estadual de Londrina. Centro de Letras e Ciências Humanas. Programa de Pós-Graduação em Estudos da Linguagem. <http://www.bibliotecadigital.uel.br/document/?code=vtls000115674>
- da Silva, C. N. (2006). Igreja católica, assistência social e caridade: Aproximações e divergências. *Sociologias*, 15, 326–351.
- Dias, G. J. A. C. (1987). A devoção do povo português a Nossa Senhora nos tempos modernos. *Revista Da Faculdade de Letras*, 4(II), 227–256. <http://dialnet.unirioja.es/servlet/dcart?info=link&codigo=2338793&orden=127961>
- Duarte, A. R. V. (2016). *Identidade e missão dos fiéis leigos e leigas*. Faculdade Jesuíta de Filosofia e Teologia.
- Duque, E. (2022). *Valores e Religiosidade em Portugal Comportamentos e atitudes geracionais*. Edições Afrontamento.
- Durkheim, É. (1989). *As formas elementares da vida religiosa: o sistema totêmico na Austrália*. Paulinas. <https://ria.ufrn.br/jspui/handle/123456789/1412>
- Durkheim, É. (2000). *As formas elementares da vida religiosa: o sistema totêmico na Austrália*. Martins Fontes. [papers2://publication/uuid/6F6A6A48-14C1-4C91-B8CE-C83897E55B9E](https://papers2://publication/uuid/6F6A6A48-14C1-4C91-B8CE-C83897E55B9E)
- Eliade, M. (1972). *Mito e Realidade*. Editora Perspectiva. <https://filosoficabiblioteca.files.wordpress.com/2020/04/eliade-mircea-mito-e-realidade-1.pdf>
- Eliade, M. (1992). *O Sagrado e o Profano*. 1(28).

- Fontes, P. F. de O. (2000). Imprensa católica. In C. M. Azevedo (Ed.), *Dicionário de História Religiosa de Portugal (Vol. II – Letras C-I)* (pp. 423–429). Círculo de Leitores.
- Geary, P. (2013). A EUROPA DAS NAÇÕES OU A NAÇÃO EUROPA: Mitos de Origem Passados e Presentes. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*, 1, 21–35. <https://doi.org/10.21814/rlec.5>
- Gómez, S. A. (2004). La religión como fenómeno antropológico – Elementos constitutivos del fenómeno religioso. *Horizonte*, 11–32.
- Guerreiro, J. S. (1998). *A Imprensa Católica no século XX em Portugal: Apresentação de um Projecto*. 10, 383–388.
- Hoover, S. M. (2006). *Religion in the media age* [Book]. Routledge.
- Jesus, M. (2015). *Escola de Direito Marco Jesus Europa : uma questão profana ou sagrada? Estudo sobre as relações entre o poder político e as religiões no âmbito do processo de integração europeia*.
- Joseph Ratzinger. (2005). *Europa – Os seus fundamentos hoje e amanhã*.
- Lara, J. de. (n.d.). *Os Gêneros Jornalísticos Com Conteúdo Informativo (A Notícia, A Reportagem E A Entrevista) Nas Aulas De Língua Portuguesa: Desvelando A Linguagem Pretensamente Neutra*. <http://www.diaadiaeducacao.pr.gov.br/portals/pde/arquivos/357-4.pdf>
- Linda, M. (2006). A Educação, Missão Essencial da Igreja. *Humanística e Teologia*, 27, 389–406.
- Lopes, P. (2010). Géneros literários e géneros jornalísticos: uma revisão teórica de conceitos. *Biblioteca Online de Ciências Da Comunicação*. <http://repositorio.ual.pt/handle/11144/196>
- Lourenço, E. (2013). EUROPA: Um Continente do Passado? *Revista Lusófona de Estudos Culturais*, 1, 7–13. <https://doi.org/10.21814/rlec.3>
- Machado, J. P. F. de O. (2017). *A Imprensa Católica nos Açores: do Início do Século XX ao Concílio Plenário Português*. Universidade Católica Portuguesa.

- Manuel, A. (2013). *Da imprensa regional da Igreja Católica: o que é, quem a faz e quem a lê*. Edições Minerva. <http://hdl.handle.net/10071/11045>
- Marin, J. R. (2018). Reflexões sobre a imprensa católica no Brasil. *Religião & Sociedade*, 38(3), 197–217. <https://doi.org/10.1590/0100-85872018v38n3cap09>
- Marujo, A. (2002). Tempo, medo, ignorância e comunicação : quatro palavras sobre a prática jornalística e as religiões. *Revista Lusófona de Ciência Das Religiões*, 113–115. <http://hdl.handle.net/10437/5550>
- Marujo, A. (2003). Um modo de ver a imprensa de inspiração cristã. *Mais Informação*, 48–51.
- Matias, J. M. S. (2009). *Identidade Cultural Europeia Identidade Cultural Europeia*. Universidade de Coimbra.
- Melo, J. M. de, & Assis, F. de. (2016). Gêneros e formatos jornalísticos: um modelo classificatório. *Intercom: Revista Brasileira de Ciências Da Comunicação*, 39(1), 39–56. <https://doi.org/10.1590/1809-5844201613>
- Morais, R., & Sousa, J. C. (2013). As práticas jornalísticas na imprensa regional : a selecção das fontes e a promoção de desigualdades sociais. *Observatorio Journal*, 7(1), 187–204.
- Moreira, L. (2019). A RELAÇÃO DA IGREJA CATÓLICA COM A MÍDIA : Dos meios de comunicação de massa ao Instagram do Papa Francisco. *Passagens*, 10, 120–137.
- Nantes, V. I. O. A. (2018). *A lavoura sagrada de raduan nassar*.
- Nascimento, C. A. da C. (2013). *Particularidades das instituições de solidariedade social da igreja católica na reconfiguração do terceiro sector: um estudo de caso*. Universidade da Beira Interior.
- Oliveira, J. L. M. de. (n.d.). Análise Antropológica Do Fenômeno Religioso. In *Antropologia da Religião*.
- Oliveira, R. (2004). Obstáculos à comunicação da ciência: o caso dos organismos geneticamente modificados. *Comunicação e Sociedade*, 6, 267–272.

- Oliveira, R. A. C. (2018). *O projeto “Portugal ” e a relação Estado-Religião à luz da metáfora conjugal*. Universidade de Lisboa.
- Paulo VI, P. (1964). *Lumen Gentium - Constituição Dogmática Sobre a Igreja*. Vaticano II.  
[https://www.vatican.va/archive/hist\\_councils/ii\\_vatican\\_council/documents/vat-ii\\_const\\_19641121\\_lumen-gentium\\_po.html](https://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_const_19641121_lumen-gentium_po.html)
- Paulo VI, P. (1966). *Decreto Inter Mirifica Sobre os Meios de Comunicação Social*.  
[http://www.vatican.va/archive/hist\\_councils/ii\\_vatican\\_council/documents/vat-ii\\_decree\\_19631204\\_inter-mirifica\\_po.html](http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_po.html)
- Pedro, C. (2016). *Critérios de Noticiabilidade e jornalismo online: O Caso do Jornal de Notícias*. [https://eg.uc.pt/bitstream/10316/85627/1/RELATÓRIO\\_FINAL.pdf](https://eg.uc.pt/bitstream/10316/85627/1/RELATÓRIO_FINAL.pdf)
- Pérez-Latre, F. J. (2019). Los medios, los papas y la comunicación del Vaticano entre Benedicto XVI y Francisco (2007–2017). *Church, Communication and Culture*, 4(1), 61–78. <https://doi.org/10.1080/23753234.2019.1566746>
- Pessoa, F. (1994). *Páginas de estética e de teoria e crítica literárias*. Ática.
- Pinheiro, E. B. B. (n.d.). *CEB: comunicação e participação - um novo jeito de ser Igreja*. 9. <https://www.bocc.ubi.pt/pag/pinheiro-bocc-participacao2.pdf>
- Pinho, J. E. B. de. (1992). Opinião pública na Igreja. *Communio, Ano IX, n.º 1, Janeiro/Fevereiro*, 69–78.
- Pinto, P. (2007). *Comunicação social: mudanças de uma década*. OBSERVARE. Universidade Autónoma de Lisboa. [http://janusonline.pt/2007/2007\\_1\\_13.html](http://janusonline.pt/2007/2007_1_13.html)
- Prazeres, C. V. S., Santos, C. A. S., & Teixeira, C. A. C. (2003). *Produção de Notícias Multimídia para Diferentes Meios de Comunicação*.  
<https://doi.org/10.15448/1980-3729.2017.3.25666>
- Puntel, J. T. (2011). A Igreja a Caminho na Comunicação. *Teocomunicação*, 41(2), 221–242.  
<http://revistaseletronicas.pucrs.br/ojs/index.php/teo/article/viewFile/9755/6685>
- Ramos, R. (2017). A história de Fátima revisitada (1917-1924). *Humanística e Teologia*, 38:2(2017), 137–161.

- Rego, A. (2000). A Igreja e a comunicação social em Portugal. In N. C. Guedes & M. B. da Cruz (Eds.), *A Igreja e a Cultura Contemporânea em Portugal* (Manuel Bra, pp. 331–337). Universidade Católica Portuguesa.
- Reinhardt, B. (2020). Os estudos críticos da religião e do secularismo: virada ou paradigma? *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 123, 97–120.  
<https://doi.org/10.4000/rccs.11148>
- Ribeiro, J. C. (2000). A mídia e o sagrado. *Comunicação & Sociedade*, 34, 251–258.  
<http://dx.doi.org/10.15603/2175-7755/cs.v22n34p181-188>
- Sá, S. M. de. (2017). *Os valores-notícia dos assuntos católicos na Rádio Renascença: análise de conteúdo do noticiário das 18 horas* [Instituto Politécnico de Lisboa, Escola Superior de Comunicação Social]. <http://hdl.handle.net/10400.21/8083>
- Santos, G. (1906). *O Catholicismo em Portugal*. Livraria Povoense Editora.
- Santos, P. B. (2015). Laicidade, Religiões e Educação na Europa do Sul no Século XX, compilado por Joaquim Pintassilgo. In *Historia y Memoria de la Educación* (Vol. 0, Issue 2). <https://doi.org/10.5944/hme.2.2015.12255>
- Santos, R. (1997). *A negociação entre jornalistas e fontes* (Coleção Co). Minerva.
- Santos, R. (2013). O estudo “Identidades religiosas em Portugal”: a mediação jornalística. *Didaskalia*, 43(1–2), 235–255.
- Schmitz, A. A. (2011). *Fontes de Notícias: ações e estratégias das fontes no jornalismo*. Combook.  
[http://www.cairu.br/biblioteca/arquivos/Comunicacao/Fontes\\_noticias.pdf](http://www.cairu.br/biblioteca/arquivos/Comunicacao/Fontes_noticias.pdf)
- Schwartz, T. (1985). *Mídia: o segundo Deus* (Summus (Ed.)).
- Serva, L. P. (1997). *Babel: a mídia antes do dilúvio e nos últimos tempos*. Mandarim.
- Silva, C. S. F. da. (2013). Media e Religião: A Importância das Fontes Jornalísticas na Construção de Notícias sobre a Igreja Católica. In *Humanitas*.  
<http://hdl.handle.net/10316/35883>
- Silva, P. H. (2007). *Os gêneros jornalísticos e as várias faces da notícia* (Issue 1990).  
<https://repositorio.ufu.br/handle/123456789/15506>

- Silva, P., & Sousa, T. (2023). Religião e políticas de moralidade em Portugal: dos argumentos às estratégias de intervenção. *Análise Social*, 58 (2º)(247), 294–320.  
<https://doi.org/https://doi.org/10.31447/as00032573.2023247.05>
- Silva, P. V., & Jorge, T. A. (2019). Análise de conteúdo por meio de nuvem de palavras de postagens em comunidades virtuais: novas perspectivas e resultados preliminares. *Investigação Qualitativa Em Saúde*, 2, 8.  
<https://proceedings.ciaiq.org/index.php/CIAIQ2019/article/view/2002/1938>
- Sociais, P. C. P. as C. (1992). *Aetatis Novae - Instrução Pastoral Sobre as Comunicações Sociais no XX aniversário da Communio et progressio*.  
[http://www.vatican.va/roman\\_curia/pontifical\\_councils/pccs/documents/rc\\_pc\\_pccs\\_doc\\_22021992\\_aetatis\\_po.html](http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/pccs/documents/rc_pc_pccs_doc_22021992_aetatis_po.html)
- Tavares, S., & Teixeira, D. (2017). *Géneros Jornalísticos e valores-notícia na BLITZ : Música Portuguesa versus Música Estrangeira*.
- Teixeira, A. (2002). As montagens mediáticas da sacralidade. *Revista Lusófona de Ciência Das Religiões*, 93–103. <http://hdl.handle.net/10437/5547>
- Teixeira, A. (2011). Identidades descompactadas : práticas e sociabilidades crentes no campo católico. *Theologica*, 46(2), 249–271.
- Teixeira, A. (2013). A eclesiosfera católica: pertença diferenciada. *Didaskalia*, 43(1-2), 115–205.  
<https://doi.org/https://revistas.ucp.pt/index.php/didaskalia/article/view/2397>
- Toldy, T. M. (2011). Discursos sobre a “religião ‘dos outros’” – análise comparada da imprensa europeia. *I Congresso Internacional Do OBSERVARE*.  
<http://hdl.handle.net/11144/3246>
- Toldy, T. M. (2013). A secularização da sociedade portuguesa no contexto das modernidades múltiplas. *Didaskalia*, XLII(1.2), 23–55.
- Traquina, N. (2005). *Teorias do jornalismo, porque as notícias são como são* (2nd ed., Vol. 1). Insular.
- Varanda, I. (2007). Cristianismo e Cultura: novos Desafios. *Theologica*, 42(1), 17–37.
- Vicente, A. (n.d.). *Catolicismo em Portugal - Crónicas de Sudan Lowndes*,

- Correspondente Britânica (1948-1922)*. Centro de Estudos da História Religiosa.
- Wemans, J. (2009). Religiões e liberdade de expressão. *Revista Lusófona de Ciência Das Religiões*, *V*, 96.
- Wolf, M. (2002). *Teorias das comunicações de massa*. Martins Fontes.

## **Outras Referências bibliográficas**

- Grupillo, A., Baptista, C., & Sá, S. (2021). Estudos de Jornalismo. *Estudos de Jornalismo*, *13*, 131–151.
- Cunha, I. F. (2011). Análises dos media: do conteúdo ao discurso. Em *A Linguagem na Pólis* (pp. 239–267). Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra.  
[https://doi.org/10.14195/978-989-26-1115-0\\_11](https://doi.org/10.14195/978-989-26-1115-0_11)
- Cunha, I. F. (2012). *Análise dos Media*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra. Obtido de: <http://hdl.handle.net/10316.2/5654>
- Leite, A. M. da F. (2010). *Da imprensa regional da Igreja Católica: para uma análise sociológica*. ISCTE-IUL.
- Lima Junior, W. T., & Oliveira, A. R. de. (2017). Jornalismo estruturado: uso de metadados para enriquecimento de bases noticiosas na web. *Revista FAMECOS*, *24*(3), 25666. <https://doi.org/10.15448/1980-3729.2017.3.25666>
- Lopes, F. (2012). A Doença em Notícia: um projeto de investigação em desenvolvimento. *Olhares cruzados sobre comunicação na saúde: relatório de um debate*, 9–14. Obtido de <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/29777>
- Marujo, A. (2009). Porque (não) há espaço nos media para o religioso. *Jornalismo & Jornalistas*, 16–21.
- Morán, G. M. (2011). Religion and Media: Legal Control & Regulations. Comparative Analysis in Europe and USA. *Stato, Chiese e pluralismo confessionale*, (gennaio), 1–27.
- Oliveira, A. R. de. (2019). *Jornalismo Estruturado por Metadados*. Appris.

- Oliveira, A. R. de. (2016). *Metadados como atributos da informação estruturada em base de dados jornalísticas na Web*. Universidade Metodista de São Paulo.
- Pace, E., & Giordan, G. (2012). A religião como comunicação na era digital. *Civitas*, 12(3), 418–438.
- Leite, A. M. da F. (2010). *Da imprensa regional da Igreja Católica: para uma análise sociológica*. ISCTE-IUL, Lisboa.
- Martins, R. M. P. T. A. (2013). *Projeto “Lápis Azul”*. Obtido de <http://hdl.handle.net/10437/4696>
- Pinto, P. (2007). Comunicação social: mudanças de uma década. OBSERVARE. Universidade Autónoma de Lisboa. Obtido de [http://januson-line.pt/2007/2007\\_1\\_13.html](http://januson-line.pt/2007/2007_1_13.html)
- Reis, A. S. (2009). A liberdade de expressão jornalística. *Revista Lusófona de Ciência das Religiões*, 39–44. Obtido de <http://hdl.handle.net/10437/8002>
- Ribeiro, A. (2020). *A cobertura jornalística do mar na imprensa portuguesa e o lugar da ciência*.
- Ribeiro, L. T. R. (2004). *A redacção de um diário regional católico como espaço de socialização*. SOPCOM. Obtido de <http://revistas.ua.pt/index.php/sopcom/article/view/3259>
- Teixeira, A. (Coord.) (2012). *Identidades Religiosas Em Portugal: Representações, Valores E Práticas*. Lisboa.
- Wemans, J. (2009). Religiões e liberdade de expressão. *Revista Lusófona de Ciência das Religiões*, V, 96.
- Wolf, M. (2002). *Teorias das comunicações de massa*. São Paulo: Martins Fontes.