



Fernanda Manuela Pinto Fernandes

REDAÇÕES INTEGRADAS: ROTINAS DE PRODUÇÃO NO JORNALISMO RADIOFÓNICO E TELEVISIVO

Relatório de Estágio no âmbito do Mestrado em Comunicação e Jornalismo, orientado pela Doutora Rita Joana Basílio de Simões, apresentado ao Departamento de Filosofia, Comunicação e Informação da Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra

2014



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Faculdade de Letras

Redações Integradas: Rotinas de Produção no Jornalismo Radiofónico e Televisivo

Ficha Técnica:

Tipo de trabalho	Relatório de Estágio
Título	Redações Integradas: Rotinas de Produção no Jornalismo Radiofónico e Televisivo
Autora	Fernanda Manuela Pinto Fernandes
Orientadora	Doutora Rita Joana Basílio de Simões
Júri	Presidente: Doutora Isabel Maria Guerreiro Nobre Vargues
	Vogais:
	1. Doutor Sílvio Manuel Rodrigues Correia dos Santos
	2. Doutora Rita Joana Basílio de Simões
Identificação do Curso	2º Ciclo em Comunicação e Jornalismo
Área científica	Comunicação e Jornalismo
Especialidade/Ramo	Jornalismo
Data da defesa	13-10-2014
Classificação	15 valores

Imagem da capa: RIA Novosti newsroom in Moscow, 18/09/2009 (Jürg Vollmer/maiak.info Reusse/Wikimedia Commons).



UNIVERSIDADE DE COIMBRA

Resumo

O presente relatório, sob o tema “Redações Integradas: Rotinas de Produção no Jornalismo Radiofónico e Televisivo”, reflete sobre algumas situações/experiências vivenciadas aquando do estágio na RTP Coimbra. Assim, neste trabalho, procura explicar-se as diferenças e semelhanças na produção de conteúdos informativos para dois *media*, (rádio e televisão), analisar os constrangimentos na recolha de informação, característicos de cada um, avaliar o tipo de linguagem utilizada, e o tratamento dado à informação. Do relatório consta também uma breve reflexão sobre o serviço público de rádio e televisão portuguesa, além de referências a trabalhos produzidos durante o estágio curricular, para os diferentes *media* aqui em análise.

Palavras-chave: rádio; televisão; jornalismo; rotinas

Abstract

The current report, themed “Integrated Newsrooms: Production Routines in the Radio and Television Journalism” reflects about a few scenarios/events experienced during the internship at RTP Coimbra. Thus, in this work, one seeks to explain the differences and similarities in the production of news content for two media (radio and television), to analyze the constraints in gathering news contents, characteristic to each one, to evaluate the nature of the language used, and how the information is handled. Included in the current report, is a brief impression on the Portuguese radio and television public service, along with references to assignments carried out during the internship for the media, under analysis in this report.

Keywords: radio; television; journalism; routines

Agradeço aos meus pais, por todo o apoio e esperança no meu trabalho; à minha irmã, pelos conselhos e revisão do texto e, também, ao meu irmão; um especial agradecimento ao Edouard, por todo o carinho, incentivo e ajuda na realização deste relatório; aos meus amigos mais próximos e colegas do Curso de Jornalismo e de Mestrado; aos camaradas jornalistas, repórteres de imagem e demais profissionais da RTP, por todos os ensinamentos e simpatia com que me receberam, durante três meses, no Centro Regional de Coimbra; à Adriana Meneses, minha companheira no estágio; agradeço, ainda, à Biblioteca Municipal de Ponte de Lima; a todos os professores com quem me fui cruzando ao longo destes anos de aprendizagens, e à minha orientadora, Doutora Rita Joana Basílio de Simões, pela ajuda na escolha do tema, sugestões, críticas e correções sobre o conteúdo deste relatório.

A todos aqueles que contribuíram, direta ou indiretamente, para este trabalho que agora se apresenta, o meu muito obrigada.

Índice

Introdução	6
1 – Descrição da Entidade de Acolhimento	8
1.1 - Breve história da Rádio e Televisão de Portugal.....	8
1.2 - Centro Regional da RTP em Coimbra	15
2 – A Rádio	17
2.1 – O medium mais instantâneo	17
2.2 – O jornalismo radiofónico	20
2.3 – Os valores-notícia: caso da rádio	24
2.4 – O tratamento da informação	31
3 - A Televisão	35
3.1 – A imagem aliada ao som	35
3.2 – O jornalismo televisivo.....	39
3.3 – Os valores-notícia: caso da televisão.....	41
3.4 - O tratamento da informação.....	44
3.5 - Jornalista multifacetado	50
4 – Trabalhos Práticos do Estágio	54
4.1 – Trabalhos para rádio	56
4.2 – Trabalhos para televisão.....	57
4.3 – Análise dos trabalhos	58
4.3.1 - Análise das peças sobre o Centro de Documentação 25 de Abril	59
4.3.2 - Análise das peças sobre o Centro de Ensaios Clínicos	65
4.3.3 – Análise comparativa.....	68
Conclusão	71
<i>Considerações finais</i>	72
Referências Bibliográficas	75

Tabela 1 - Forma e conteúdo temático das peças sobre o Centro de Documentação 25 de Abril

Tabela 2 - Forma e conteúdo temático das peças sobre o Centro de Ensaios Clínicos

Introdução

A profissão de jornalista é, hoje, muito diferente do que era há vinte anos. O desenvolvimento de novas tecnologias da informação e comunicação alterou o modo de fazer jornalismo nas redações nacionais e internacionais. Por isso, hoje, os cursos de Jornalismo, de Ciências da Comunicação ou Comunicação Social procuram incorporar nos seus planos de estudo unidades curriculares que dotem os candidatos a jornalista, de técnicas, saberes e experiência nas diferentes áreas do jornalismo: escrito, radiofónico, televisivo e na Internet.

As exigências do mercado são de que, cada vez mais, um só indivíduo tem de saber operar em todos os *media*, com um “savoir-faire” e “skills” que, ora aprende fazendo, ora revela mais “jeito” para tal.

Independentemente da área que escolha, o futuro jornalista deve saber escrever bem. Esta continua a ser, pelo menos, a regra de ouro do Jornalismo. Mas saber escrever bem, hoje, não chega. É preciso saber escrever (bem) para imprensa, escrever para rádio, para televisão... e saber usar um gravador e operar uma mesa de um estúdio de rádio, uma câmara de filmar, um microfone, e perceber as novas modalidades do jornalismo na net.

Partindo da oportunidade que tive, de estagiar numa redação que itegra as modalidades de jornalismo radiofónico e jornalismo televisivo, vamos procurar dar conta das maiores dificuldades em trabalhar nos *media* rádio e televisão; iremos procurar aferir se, apesar das características próprias de cada meio, os critérios de noticiabilidade adotados pelos jornalistas são semelhantes na rádio e na televisão; procuraremos perceber se é possível adaptar uma notícia da televisão para a rádio e vice-versa e que semelhanças/diferenças se verificam nesse processo; tentaremos ainda dar conta das rotinas de produção em cada *medium*.

Assim, na primeira parte deste relatório, contextualiza-se a empresa onde decorreu o estágio, fazendo-se uma breve abordagem à história da rádio e televisão de Portugal (RTP), e descreve-se a empresa de acolhimento.

O segundo capítulo, dedicado à rádio, contém uma reflexão sobre as características deste *medium*, sobre o jornalismo radiofónico, procurando explicitar-se os valores-notícia que o estruturam, que finda com recomendações que consideramos pertinentes para o tratamento da informação na rádio.

O capítulo terceiro parte destas mesmas questões para analisar um objeto de estudo diferente: o *medium* televisão. Ainda, neste capítulo, analisa-se, criticamente, o novo paradigma dos profissionais da informação, à luz da Internet e das exigências das redações multimédia, dirigindo especial importância aos problemas que poderão advir destas mesmas exigências para a qualidade da informação.

Por fim, nos últimos capítulos, faz-se uma análise de trabalhos de rádio e de televisão que acompanhei e nos quais participei, durante o estágio curricular de três meses na RTP Coimbra.

1 – Descrição da Entidade de Acolhimento

1.1 - Breve história da Rádio e Televisão de Portugal

A história da RTP faz-se de muitas pessoas e de muitos acontecimentos. Símbolo, marca e instituição, a RTP é tudo isto e muito mais. É a casa que viu nascer inúmeros profissionais da rádio e da televisão e que assistiu, também ela – e por vezes, servindo como veículo –, à chegada do ser humano à Lua e da democracia em Portugal, para referir apenas dois exemplos.

O veículo mais antigo, a Rádio, apareceu nos anos 30 do século XX, mais precisamente, a 1 de agosto de 1935. A inauguração oficial da Emissora Nacional de Radiodifusão (EN), marcava, assim, o início da profissionalização da rádio em Portugal. A Direção, nomeada por Duarte Pacheco, ministro das Obras Públicas e Comunicações, era constituída por Henrique Galvão, Manuel Bívar e Pires Cardoso. No ano seguinte, iniciaram-se as gravações em disco na Emissora Nacional.¹

Uma data importante na rádio (e em todo o mundo) aconteceu a 1 de setembro de 1939, quando esta transmitiu, à escala mundial, a notícia da invasão da Polónia pelas tropas alemãs nazis. O povo tomava, assim, conhecimento da 2ª Grande Guerra, através do *medium* que serviu, durante largos anos, aos regimes políticos ditatoriais.²

Em 1940, é publicada a Lei Orgânica da Emissora Nacional, pelo Decreto-Lei nº 30752, que promulga a organização dos serviços da Emissora Nacional de Radiodifusão. Nesta Lei, está também prevista a criação dos emissores do Porto, Coimbra e Faro.

A 2ª Guerra Mundial tinha terminado em 1945, mas só dois anos mais tarde é que foi levantada a proibição de funcionamento das estações portuguesas de radioamador. A 12 de fevereiro de 1950, é fundada a União

¹ In: www.rtp.pt/wportal/sites/radio/75anos/historia.php [Acedido em 01/07/2014].

² Em Portugal, de 1933 até 1974, vigorou o Estado Novo, um regime político ditatorial, instituído por António de Oliveira Salazar. O país conheceria a democracia em 25 de abril de 1974, por ação de uma conspiração militar encetada pelo Movimento das Forças Armadas.

Europeia de Radiodifusão (UER). Em 1955, a EN inicia as emissões em Frequência Modulada (FM).

Entretanto, em 1946, o trabalho de “um jovem engenheiro³ do corpo técnico da Emissora Nacional (...) para o seu concurso de promoção a engenheiro de 1ª classe, a que deu o título “Televisão – Estado Actual e Possibilidades de Instalação em Portugal” foi o primeiro passo decisivo para estabelecer a televisão no nosso país (Teves, 2007).

Em 1953, o Gabinete de Estudos e Ensaios da Emissora Nacional de Radiodifusão cria o Grupo de Estudos de Televisão e inicia trabalhos preliminares para a instalação de uma rede distribuidora de sinal de TV no território nacional. No ano seguinte, os membros do grupo debruçavam-se sobre dados recolhidos, analisando a extensa bibliografia que ia surgindo, ao mesmo tempo, sobre estudos de televisão no resto da Europa, onde a tecnologia já era mais avançada. Por vezes, tomavam contacto direto com aquela realidade, visitando alguns desses países. Na primeira quinzena de agosto de 1955, a Comissão de Televisão, que havia sido criada para elaborar um relatório sobre a problemática no país, entregava o relatório com as conclusões aos ministros da Presidência e das Comunicações.

Findo o exame ao relatório da Comissão de Televisão, o Governo elabora, a 18 de outubro daquele ano, o Decreto-Lei nº 40341 e suas bases anexas, para a constituição de uma sociedade anónima de responsabilidade limitada, para a prestação de um serviço público de televisão. A 15 de dezembro de 1955, foi então constituída a *RTP – Radiotelevisão Portuguesa, SARL*, cujo capital social era tripartido entre o Estado, as emissoras particulares de radiodifusão e subscritores privados.

³ “Francisco Bordalo Machado, que não fazia parte do grupo dos engenheiros de Lisboa. Formara-se pela Faculdade de Engenharia do Porto nas especialidades de Electrotecnia e Mecânica. No ano em que se licenciou (1936) ingressou na Emissora Nacional, sendo-lhe confiada a chefia do Gabinete de Estudos e Ensaios. Conhecia os sistemas de TV americano e alemão, pois efectuara várias visitas de trabalho aos Estados Unidos e estagiara na Siemens. Em 1956 foi ocupar o cargo de chefe dos Serviços Técnicos da RTP. Mais tarde, e até Abril de 1974, foi director dos Serviços Técnicos de Engenharia da empresa que, por várias vezes, representou junto da Comissão Técnica da UER – União Europeia de Radiodifusão.” Faleceu a 3 de agosto de 1996. [Retirado de: Vasco Hogan Teves, *RTP: 50 anos de história*, 2007 [online]. Acedido em 23/06/2014. Disponível em: <http://ww2.rtp.pt/50anos/>].

Em 1956, a Emissora Nacional de Radiodifusão inaugura os dois primeiros emissores de rádio de FM, em Lisboa e na Lousã.

As primeiras emissões experimentais de televisão da RTP aconteceram em 1956, na Feira Popular, no Parque de Santa Gertrudes, em Palhavã (onde hoje se situa a Fundação Calouste Gulbenkian), aproveitando as facilidades concedidas pelo jornal *O Século*. A inauguração programou-se para a noite de 4 de setembro, e pretendia-se que a população de Lisboa tomasse contacto com “uma das maiores invenções que até hoje o Mundo viu” (*O Século*, 27/08/1956, *apud* Teves, 2007). Esta nova tecnologia iria – esperava-se - servir para a elevação espiritual, cultural, educacional, social e recreativa das populações. Um pequeno emissor ligado a uma antena em estrutura metálica tubular, num edifício pré-fabricado trazia as primeiras imagens e sons da “caixinha mágica” que revolucionou o mundo. No entanto, a RTP fez questão de esclarecer que aquela não se tratou da inauguração oficial da Televisão em Portugal; o que se pretendeu foi familiarizar o público de Lisboa com o novo género de transmissão de imagens e iniciar a preparação do pessoal para as responsabilidades técnicas que a instalação definitiva iria impor. Em outubro, a RTP adaptara um estúdio cinematográfico desativado, em terrenos marginais à Alameda das Linhas de Torres ao Lumiar, e funcionou aí durante largas dezenas de anos, até ter melhores instalações.

A 5 de dezembro de 1956, celebrava-se o contrato de compra dos cinco emissores a instalar na primeira fase da rede nacional de TV: na serra do Monsanto, em Lisboa; no monte da Virgem, em Vila Nova de Gaia; na serra da Lousã; na serra de Monchique e de Montejunto. A primeira fase do plano de cobertura foi orientada para servir as três áreas mais importantes do país e com maior densidade populacional: Lisboa, Porto e Coimbra.

A primeira emissão de televisão regular, ou oficial, aconteceu a 7 de março de 1957. As emissões, no entanto, em fase de ensaio durante alguns meses, iriam abranger 60% da população metropolitana de Lisboa. Mais tarde, na década de 60, alargar-se-ia o espetro ao resto do país. Em 1957, a RTP emitiu 665 horas de programação, onde se incluía desporto, cinema e noticiários (Teves, 2007).

No primeiro semestre de 1958 estava já estabelecida a primeira fase do plano de cobertura de televisão, desde o litoral até ao interior do país e o público, ultrapassado o período de expectativa, aderiu às emissões regulares e à aquisição de recetores. Até ao final de dezembro de 1958 foram importados para Portugal 32000 aparelhos de TV – um ritmo quatro vezes mais rápido que o previsto. A criação de um segundo canal da estação surge em 1968.

Em 1974, a rádio tornou-se no veículo de transporte da “senha”⁴ da Revolução. Às 3 horas e 12 minutos do dia 25 de abril, um grupo de militares ocupou os estúdios de Lisboa do Rádio Clube Português,⁵ transformando-o no “Posto de Comando do Movimento das Forças Armadas”. Mais tarde, nessa madrugada, o jornalista Joaquim Furtado leu o comunicado, informando que as Forças Armadas haviam saído para a rua, dispostas a derrubar o regime imposto pelo Estado Novo e a estabelecer a democracia em Portugal.

Com um novo cenário político no país, a maioria das estações portuguesas de radiodifusão no território continental foi nacionalizada, assim como a televisão. Em 1976, a Emissora Nacional passa a designar-se *RDP, Radiodifusão Portuguesa* e é criada a Antena 2, cuja programação é baseada em música clássica e programas culturais. A televisão passa a empresa pública e adota a designação *Radiotelevisão Portuguesa, EP*.

Em 1977, a Conferência Administrativa Mundial de Radiocomunicações procedeu a uma profunda revisão do regulamento das Radiocomunicações de 1959. Dessa assembleia resultou a liberalização de banda destinada ao FM, tendo sido alargado o limite superior de banda para 108 MHz. Esta resolução despoletou o aparecimento das chamadas “rádios-piratas” ou rádios livres, em toda a Europa.⁶

⁴ A canção “Grândola, Vila Morena”, de José Afonso. O desmantelamento da Ditadura Salazarista “iniciou-se no próprio dia 25 de Abril, com a extinção da polícia política e a abolição da censura, numa estratégia de democratização da sociedade portuguesa.” (Paula Cordeiro, *A rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução*, Lisboa, 2003, p.4).

⁵ In: www.rtp.pt/wportal/sites/radio/75anos/historia.php [Acedido em 01/07/2014].

⁶ In: <http://www.rtp.pt/wportal/sites/radio/75anos/historia.php> [Acedido em 01/07/2014].

A cor chega, finalmente, às emissões regulares de televisão, em 1980.⁷ Quatro anos mais tarde, é publicado o Decreto-Lei n.º 167/84 de 22 de maio, que institui o estatuto de *Rádiodifusão Portuguesa, EP*. Em 1985, a 11 de março, surge a Lei-quadro de licenciamento de Estações Emissoras de Rádiodifusão. Em 1988, as rádios-piratas portuguesas são legalizadas.

A entrada de Portugal na Comunidade Económica Europeia – CEE⁸ (que mais tarde adotaria a designação atual, União Europeia), em 1986; a internacionalização do seu espaço televisivo e o aparecimento esporádico de televisões-piratas no país começa a acender a discussão sobre a abertura do espaço televisivo aos operadores privados (Teves, 2007). A Lei n.º 58/90, de 7 de setembro, vem, pois, criar um novo regime do exercício da atividade de televisão em Portugal, aberto aos operadores públicos e privados e contemplando o funcionamento de um serviço público de televisão em regime de concessão.

O concurso público para o licenciamento de dois canais privados de televisão é lançado em 1991. Desse concurso, foram autorizadas a exercer televisão por um período de 15 anos a *SIC - Sociedade Independente de Comunicação* – que iniciou as suas emissões através do terceiro canal, a 6 de outubro de 1992 – e, no ano seguinte, a 20 de fevereiro, a *TVI – Televisão Independente*, detentora do quarto canal de televisão português.

Entretanto, no ano de 1992, a 10 de junho, começaram as emissões regulares de mais um canal de televisão da RTP: a RTP Internacional, destinada a levar a informação aos portugueses espalhados pelo mundo.

Dois meses mais tarde, pela Lei n.º 21/92 de 14 de agosto, a RTP transformou-se numa sociedade anónima de capitais exclusivamente públicos, *Radiotelevisão Portuguesa, S.A.*

⁷ O programa escolhido para ser o primeiro emitido a cores foi o Festival RTP da Canção de 1980, no dia 7 de março. A finalíssima foi transmitida em direto do Teatro Municipal de S. Luiz, donde se sagrou vencedor José Cid, com a canção “Um Grande, Grande Amor”.

⁸ “Em Portugal, a revolução do 25 de Abril de 1974 pôs termo ao autoritarismo do Estado Novo e, após o período revolucionário e na sequência da instauração de um regime democrático em 1976, o primeiro-ministro constitucional Mário Soares, depois de ter conseguido a entrada de Portugal no Conselho da Europa, solicitou, em 28 de Março de 1977, a adesão às Comunidades. Portugal assinou o seu tratado de adesão, em Lisboa, a 12 de Junho de 1985, após oito anos de formalização do pedido. (...) A entrada em vigor dos respectivos tratados fora marcada para 1 de Janeiro de 1986.” (António Martins da Silva, *História da Unificação Europeia – A integração comunitária (1945-2010)*, Coimbra, Imprensa da Universidade de Coimbra, 2010, pp. 161 e 171).

O ano de 1994 é marcado pelo aparecimento da televisão por cabo. Neste mesmo ano, nasce também uma nova estação de rádio pertencente ao grupo RTP, a Antena 3, que se destaca por promover a nova música portuguesa e tem como lema “Mais música nova”.

Em 1995, a RDP África surge como um novo canal, vocacionado para os países africanos de língua portuguesa. No ano seguinte, são dados os primeiros passos para o DRM – Digital Radio Mondiale – um sistema que prevê a digitalização da AM (Onda Curta, Onda Média, Onda Longa).

Com vista a aproximar-se ainda mais do espectador, a RTP lança, em 1997, um serviço que permite “ler televisão” – o Teletexto RTP. O espectador com um recetor convenientemente adaptado para a função do Teletexto passou a poder consultar breves notícias do país e do estrangeiro, a meteorologia, informação cultural, económico-financeira e desportiva, programação dos canais de televisão, entre outras informações (Teves, 2007).

Em 1998, uma nova Lei da Televisão⁹ (n.º 31-A/98 de 14 de julho) veio pôr termo ao monopólio das televisões generalistas e por via hertziana, deixando, assim, caminho livre para o cabo e para o satélite (Teves, 2007).

Em 2004, dá-se a reorganização dos *media* estatais, com a criação da *Rádio e Televisão de Portugal, SGPS*, holding que reúne RDP (*Rádiodifusão Portuguesa*)¹⁰ e RTP (*Radiotelevisão Portuguesa*). Esta remodelação contempla, ainda a partilha de instalações e de serviços na nova sede conjunta, na Avenida Marechal Gomes da Costa, em Lisboa e em algumas delegações regionais.¹¹

⁹ Que revogava as anteriores, n.º 60/79 de 18 de setembro e a n.º 58/90 de 7 de setembro.

¹⁰ Fazem, ainda, parte da RDP, as seguintes rádios (para além das já mencionadas ao longo do texto, até aqui): RDP Internacional, RDP Açores Antena 1, RDP Madeira Antena 1, RDP Memória Antena 3, RDP África, Antena 1 Fado, Antena 1 Memória e Antena 2 Ópera.

¹¹ Para além da sua sede em Lisboa, a RTP dispõe de treze Centros Regionais espalhados por todo o país: Viana do Castelo, Vila Real, Bragança, Porto, Viseu, Guarda, Coimbra, Castelo Branco, Santarém, Évora, Faro, Funchal e Ponta Delgada; e possui, também, Delegações dispersas por todo o mundo: Espanha, França, Bélgica, Suíça, Rússia, Timor, Moçambique, Angola, São Tomé e Príncipe, Guiné-Bissau, Cabo Verde, Brasil e Estados Unidos da América.

Em 2006, é criada a Rádio Mozart (online); em 2009, a Rádio Haydn (online); em 2010, são criadas as seguintes rádios, também online: Vivace (assinalando os 200 anos de Chopin e Schumman), Lusitânia (clássicos da música portuguesa), Vida (abordagens social, emocional e familiar do indivíduo), República (com conteúdos do centenário da República) e Mundial (conteúdos sobre o Mundial de Futebol de 2010).

Em 2010 são criadas as rádios Antena 3 Dance e Antena 3 Rock, também na Internet.

Entretanto, em 2007, pelo Decreto Lei n.º 8/2007 de 14 de fevereiro, a concessionária do serviço público de rádio e televisão foi reestruturada. Assim, a *Rádio e Televisão de Portugal, SGPS, S.A.* passa, por força desta lei a ter como objeto principal a prestação dos serviços públicos de rádio¹² e de televisão,¹³ nos termos das Leis da Rádio e da Televisão e dos respetivos contratos de concessão e a denominar-se Rádio e Televisão de Portugal, S.A.¹⁴

No momento da produção deste relatório, é Alberto da Ponte quem preside ao Conselho de Administração da RTP; Fausto Coutinho é o diretor

¹² Pode ler-se no ponto 9 do Contrato de Concessão do Serviço Público de Rádio: “Para além do seu contributo para a satisfação de necessidades de ordem democrática e cultural da sociedade, o radiodifusor de serviço público, informando e esclarecendo os cidadãos com rigor e seriedade, contribui igualmente para a formação de uma consciência cívica e social, assim cumprindo plenamente o seu objectivo e justificando, também nesta área, a missão que o Estado lhe confiou.”

Para consulta do documento integral, cf.

www.rtp.pt/wportal/grupo/governodasociedade/missao_pdf1.php [online].

¹³ Sobre o serviço público de televisão, presente no Contrato de Concessão do Serviço Público de Televisão, afirma-se que: “(...) um amplo acesso do público, sem discriminação e com base na igualdade de oportunidades, a várias categorias de canais e serviços constitui uma pré-condição necessária para o cumprimento das obrigações específicas do serviço público de televisão (...)” e que se “deve manter e aumentar a capacidade do serviço público de radiodifusão para oferecer ao público uma programação e serviços de qualidade, nomeadamente através do desenvolvimento e da diversificação das actividades na era digital.” Em Portugal, o serviço público de televisão obtém financiamento do Estado, através da cobrança aos cidadãos de uma contribuição audiovisual, que vem incluída na fatura da luz elétrica, e através da publicidade gerada. A missão, objetivos e obrigações do serviço público de televisão podem ser consultados, na íntegra, em: img.rtp.pt/wportal/grupo/governodasociedade/pdf/ser_publicoTV.pdf.

¹⁴ Para consulta da Lei integral, cf.

http://www.erc.pt/documentos/legislacaosite/Lein8_2007.pdf

de informação de rádio e José Manuel Portugal diretor de informação de televisão.¹⁵

1.2 - Centro Regional da RTP em Coimbra

No Centro Regional de Coimbra, atualmente coordenado¹⁶ por Pedro Ribeiro, funcionam, à semelhança do que sucede em outros Centros, as valências de jornalismo radiofónico e televisivo.

No momento em que produzimos este relatório, trabalham na redação de rádio (Antena 1) quatro jornalistas (Horácio Antunes, Joaquim Reis, Pedro Ribeiro e Teófilo Fernando). Na redação de televisão, estão ao serviço quatro jornalistas (Carolina Ferreira, Manuel Alegre Portugal, Paula Costa e Paulo Rolão) e três repórteres de imagem (Cláudio Calhau, Paulo José Oliveira e Pedro Teodoro).

Os jornalistas televisivos Carolina Ferreira e Manuel Alegre Portugal são bivalentes, ou seja, também realizam regularmente trabalhos para rádio. Para além da equipa de jornalistas, o Centro Regional de Coimbra tem técnicos de informática, assistentes de realização e produção, pessoal dos serviços de secretariado e administração e ainda seguranças e pessoal de limpeza e manutenção das instalações.

O edifício possui dois estúdios de rádio e respetivas salas de controlo; três ilhas de montagem para a realização de peças televisivas; régie; uma sala para realização de *duplex* (transmissão em direto com interação bidirecional para os estúdios de televisão no Porto ou Lisboa); salas de redação de rádio e televisão e viaturas da empresa.

Durante a minha experiência como estagiária na RTP Coimbra, trabalhei com quase todos os profissionais do Centro Regional, usufruí dos estúdios de rádio e televisão e de todos os departamentos, procurando

¹⁵ Cf. <http://www.rtp.pt/wportal/grupo/governodasociedade/conselhoadmin.php> e http://www.rtp.pt/wportal/grupo/governodasociedade/estrutura_empresa.php.

¹⁶ Profissional da RDP/RTP desde a década de 90 do séc. XX, Pedro Ribeiro foi nomeado, no dia 28 de fevereiro de 2014, para o cargo de coordenador da Antena 1 e da RTP em Coimbra, ficando, também, a seu cargo os distritos de Viseu, Leiria e Sul de Aveiro [comunicação pessoal à autora do relatório].

conhecer bem a “casa” que me acolheu e me tratou como uma jornalista em crescimento, pedindo sempre conselhos e orientações, para consolidar a teoria que aprendera durante o curso, com a prática, tão desejada, num verdadeiro local de trabalho.

Apesar de ter aprendido bastante sobre as rotinas de produção no jornalismo radiofónico e televisivo, a minha ida para o Centro Regional da RTP em Coimbra, não começou da melhor maneira. Um problema de comunicação por parte dos Recursos Humanos da RTP, em Lisboa, ditou que o meu estágio de três meses começasse apenas em 2014, quando deveria ter começado em setembro de 2013. Para além disso, quando, efetivamente, dei início ao estágio, a 4 de fevereiro do presente ano, a empresa encontrava-se em fase de reestruturação, e um mês antes, o diretor do Centro Regional de Coimbra, José Manuel Portugal, havia sido convidado para o cargo de diretor de informação¹⁷ da RTP, em Lisboa. Estas vicissitudes da profissão são normais, mas considero que durante o primeiro mês de estágio não tive um acompanhamento devido por parte da Entidade Acolhedora, no que trata à designação de um orientador/tutor, pois ninguém sabia qual seria o futuro do Centro Regional da RTP em Coimbra, com as alterações que vinha sofrendo.

¹⁷ José Manuel Portugal – atual diretor de informação de televisão da RTP. Sucedeu a Paulo Ferreira que, por decisão pessoal se demitiu do cargo em dezembro de 2013. O Conselho de Administração da RTP indicou o nome do jornalista José Manuel Portugal à Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), que aprovou a nomeação. O até então diretor adjunto dos serviços internacionais seria apresentado, oficialmente, como o novo diretor de informação da RTP em 28 de dezembro de 2013. [Acedido em 25/06/2014. Disponível em: <http://www.rtp.pt/noticias/index.php?article=706045&tm=8&layout=122&visual=61>].

2 – A Rádio

2.1 – O medium mais instantâneo

“A imediatividade, a versatilidade, a ubiquidade e a facilidade de recepção do rádio ainda não foram alcançados por nenhum outro meio, e isso se deve à simplicidade e praticidade de sua linguagem sonora” (Meditsch, 1995: 2)

A rádio é seguramente um meio de comunicação de massas, capaz de atingir os mais diversos públicos, sem discriminar doutrinas, estrato social, nível de escolaridade, profissão, idade e tantos outros fatores.

Contrariamente ao que sucede no caso dos jornais e revistas, da televisão, e mais recentemente, das novas tecnologias da informação, fruto do advento da Internet, tais como os *tablets* e os *smartphones*, para se perceber a rádio e o que nela é veiculado, basta saber ouvir. A imprensa obriga a que o público saiba ler e, portanto, que conheça as palavras, a ordem com que estas aparecem nas frases, o seu valor semântico, discursivo: numa palavra, que o leitor saiba interpretar/descodificar o texto. No caso da televisão e da Internet, que utilizam imagens aliadas ao som e à voz humana, e fazem uso de infografias, é preciso que o espectador esteja familiarizado com as características do meio; que entenda que a conjugação das imagens com o som e a voz não acontece ao acaso, e que há razões lógicas para assim se proceder.

Fundamentada no som, a rádio tem na oralidade uma das suas principais características. É pela fala que comunicamos com os outros, antes de aprendermos a ler e a escrever, e quando queremos transmitir algo, explicamos o assunto através de um discurso simples e direto, próprio da coloquialidade.

Por ser tão fluido e natural, o discurso da rádio assemelha-se muito ao discurso oral. A este respeito, Eduardo Meditsch (1997: 2) alerta o observador “desatento e teoricamente desarmado”, pois as diferenças entre os dois discursos não são evidentes. Numa das meias-verdades sobre este *medium*, o mesmo autor refere que “o discurso do rádio deve ser natural porque é falado”, e rapidamente desconstrói o axioma, asseverando que “o caminho passa por um aprendizado do uso da linguagem falada – mais

complexa do que a escrita – e por um treinamento intensivo do uso da voz” [sic] (Meditsch, 1995: 3).

Desprezada por intelectuais e até mesmo jornalistas, a rádio era vista como um “veículo *a priori* incompatível com o pensamento autêntico”, sob o preconceito de que seria o “veículo de comunicação ideal para alcançar os analfabetos” (Meditsch, 1997: 1). É, precisamente, por não fazer uso de outros artifícios que a rádio serve a todas as populações, incluindo cegos e iletrados.

Outra das suas características é a capacidade de levar à criação de imagens mentais. Como apenas depende do som, palavras, silêncios e respirações (Meditsch, 1995: 5) que, no fundo, são o que compõe a linguagem radiofônica, a rádio tem na maior ou menor sensibilidade do jornalista em narrar os factos ou acontecimentos, de uma forma fidedigna, o veículo para cativar os ouvintes. Uma maneira de prender quem nos ouve, consegue-se através de uma escrita criativa e “colorida” (White, 2005: 43). Dar cor a uma peça (seja entrevista, reportagem, crônica ou notícia) significa prestar atenção aos detalhes e usá-los da melhor maneira, provocando sensações visuais. Para o correspondente da CBS News, Charles Osgood (*apud* White, 2005: 64) “a rádio é um *medium* visual superior porque a imagem não é literal” e acrescenta, dizendo que uma das boas coisas sobre a rádio é que não existe o problema de lutar pelas imagens [como acontece na televisão], “porque estás a criar uma imagem logo desde o início”. É através desta sensorialidade que a rádio aproxima e serve de companhia à grande maioria das pessoas.

Esta sensação de pertença e de intimidade para com a rádio prende-se com a construção imagética que cada pessoa faz. Como as vivências de um indivíduo são únicas e intransmissíveis, a forma como vê o mundo é, também, diferente. É por isso que, embora diferentes entre si, os ouvintes de rádio criam uma espécie de comunidade homogeneizada e cada um se reconhece como pertencendo ao mesmo grupo.

As ondas de rádio viajam no éter, através de frequências hertzianas, propagando-se, até, no vácuo. Desta forma, a transmissão da mensagem da rádio não conhece barreiras físicas nem geográficas, chegando a todas as populações. O alcance deste meio é, assim, ilimitado. A característica que

melhor o identifica - a sua linguagem -, é também, o seu único entrave, se tivermos em conta que, quando falada numa língua estrangeira, se o ouvinte não tiver conhecimentos de outras línguas para além da materna, de pouco lhe servirá o que a rádio transmite, no que à informação noticiosa diz respeito.

Outra particularidade da rádio, que a torna mais apetecível do que outros *media*, é a possibilidade de se realizar outras tarefas, simultaneamente, à atividade específica de *ouvir rádio*. Ouvimos rádio enquanto fazemos o jantar, enquanto cuidamos da casa, enquanto conduzimos, etc. Esta facilidade de dispersão na atividade de ouvir rádio leva a que haja interrupções frequentes, e que os ouvintes percam, muitas vezes, parte da mensagem transmitida. Pela impossibilidade de “voltar atrás”, a mensagem na rádio é, por vezes, apreendida em frações.

De acordo com a caracterização de McLuhan (2008: 35), “um meio quente, como a rádio (...) é aquele que estende ou prolonga um único sentido em alta definição”, i.e., está plenamente saturado de informação, levando a que o público tenha uma baixa participação neste meio. Por seu lado, “a fala é um meio frio e de baixa definição, porque nos dá muito pouco, exigindo da parte do ouvinte um processo de preenchimento” (*ibid*). Marshall McLuhan, defende, desta forma que, “nenhum meio tem sentido ou existe isoladamente, mas apenas em constante interação com outros meios” (*op.cit.*: 39). O facto de a rádio (meio quente) fazer uso da fala (meio frio) torna o produto ideal, pois os ouvintes recebem a informação que a rádio lhes transmite, e ao mesmo tempo, falam do que ouvem.

Para além da linguagem simples, a rádio é, também, simples a nível técnico e tecnológico. Não são necessários grandes conhecimentos para se montar uma peça radiofónica; o jornalista de rádio apenas precisa de um gravador e de um software para juntar os sons e vozes que irão compor o trabalho. No caso da televisão, já são necessários outros conhecimentos sobre o meio, que é naturalmente, mais complexo, embora em termos de linguagem, a rádio tenha inúmeros “pontos de contato com a linguagem audiovisual da TV, principalmente pelo fato de lhe ter dado origem e pela base eletrônica que é comum a ambas” [*sic*] (Meditsch, 1995: 3).

Uma outra vantagem da rádio, relativamente a outros *media* é a portabilidade dos seus aparelhos de receção. Como foi dito anteriormente, a atividade de ouvir rádio não é exclusiva, e fazemo-lo enquanto nos dedicamos a outras tarefas. Foi, porventura, com a introdução do transístor nos lares e do aparelho de receção de rádio nos automóveis, que este *medium* passou a fazer, cada vez mais, parte das rotinas das pessoas, apesar de, nos dias que correm e devido à convergência de meios – à qual a rádio não é indiferente - ser possível ouvir rádio, também, através do telemóvel ou do *tablet*, que são, igualmente, aparelhos portáteis. Para além disso, os custos de um aparelho de rádio são muito baixos, quando comparados, por exemplo, com o custo de um aparelho de televisão.

Para além da linguagem, da ubiquidade de transmissão, de receção e da portabilidade da rádio, “é graças a estas características que continua sendo o meio com maior penetração social (...) e o que goza de maior credibilidade, apesar do prestígio da imprensa e do sucesso da televisão” (Meditsch, 2008: 3).

No que concerne à informação, a regra de ouro neste meio é a instantaneidade ou imediatividade, o que torna possível acompanhar o acontecimento em direto, à medida que ocorre. São todas estas características que definem o meio rádio e que procurámos elucidar neste capítulo introdutório do relatório. De seguida, iremos abordar algumas questões relativas ao jornalismo radiofónico.

2.2 – O jornalismo radiofónico

As imagens estão para a televisão assim como o som está para a rádio. O som constitui a matéria-prima do jornalista radiofónico (ou radiojornalista) no seu dia a dia. A voz também é som, e qualquer jornalista radiofónico sabe que esta é a sua melhor ferramenta e arma (Kinsey, 2009: 140).

A voz, tal como o ADN, é um elemento característico e único de cada indivíduo. Depende do volume da sua caixa de ressonância, que está intrinsecamente ligado à estrutura física da pessoa. Facilmente identificamos alguém que conhecemos, através da sua voz, e todos nós temos diferentes tons, timbres, ritmo e entoação vocais. O jornalista radiofónico deve saber fazer uso do seu cartão de visita, apresentando-se com uma voz forte, limpa, quente e autoritária, capaz de transmitir interesse e urgência, ou calma, conforme exigido (*ibid*). Mas se alguns jornalistas já nascem com “voz de rádio”, muitos outros têm de treinar a sua para que, no momento da locução dos textos, não tropecem nas palavras e nas frases.

Antes de entrar no estúdio ou em direto, o jornalista tem de estar calmo e relaxado, pois quando sob stress, a respiração altera-se e há tendência a agudizar a voz,¹⁸ por isso, respirar fundo antes de começar a leitura é uma boa maneira para relaxar a voz. Ao transportar oxigénio para os pulmões, o jornalista assegura-se de que terá ar suficiente para ler as frases do texto até ao fim, num ritmo adequado, mostrando confiança na voz e controlo (Kinsey, 2009: 141). Desta forma, o timbre de voz fica mais grave.

Estando relaxado, o jornalista consegue mais facilmente projetar a sua voz: esta tem de vir do fundo do diafragma ao invés de vir da garganta. Esta técnica é utilizada por outros profissionais que fazem uso diário da voz, como cantores, professores, atores e conferencistas, por exemplo. Um mau uso da voz ressent-se passado pouco tempo, e uma vez que este é o instrumento de trabalho do jornalista radiofónico, há que cuidar dele. Claro que também existem microfones, que permitem controlar o volume de saída

¹⁸ De acordo com um estudo prático, levado a cabo por Emma Rodero Antón, que tinha como objetivo perceber se os indivíduos descobriam que erros estavam associados a determinados textos informativos radiofónicos, a investigadora chegou à conclusão de que os sujeitos experimentais selecionados para a amostra do trabalho consideraram que a melhor voz para apresentar informação radiofónica é aquela que possui um tom grave e um timbre ressonante, harmónico e claro. A amostra de indivíduos, constituída por 50 pessoas, sendo alunos da Universidade Pontifícia de Salamanca, preferiu o tom de voz grave e timbre harmónico, em detrimento de tons mais agudos e timbres opacos, pois transmitia maiores sensações de credibilidade, segurança e tranquilidade. Foram encontradas as frequências hertzianas mais agradáveis de 89-90 Hz, para vozes masculinas e 171 Hz para as femininas. Mais detalhes sobre o estudo, disponíveis em: <http://bocc.ubi.pt/pag/rodero-emma-erros-locutor.pdf> [online]. [Acedido em 22/06/2014].

da voz, mas saber utilizar o aparelho fonador sem recorrer a auxiliares é uma regra para quem trabalha diariamente com a voz.

Uma maneira de perceber se conseguimos ler um texto até ao fim, sem nos enganarmos, é lê-lo em voz alta. É por isso que as redações “estão repletas de pessoas aparentemente a falar para si próprias – estão a ler o que escreveram, a confirmar que conseguem fazê-lo com significado. E se não soa bem, reescrevem [o texto]. Isto serve tanto para rádio como para televisão” (Kinsey, 2009: 142).

Uma boa leitura implica saber onde enfatizar as palavras e ser expressivo, dinâmico e “vivo”. Geralmente, ouvir rádio “é uma atividade secundária” (Mitchell, 2009: 116) então, se o jornalista que está a dar uma notícia o fizer sempre no mesmo tom e ritmo monocórdico, a mensagem não chega ao ouvinte. A leitura da notícia deve, pois, ser cativante, assertiva e dinâmica.

Existem vários tipos de trabalhos jornalísticos que se fazem em rádio. O género jornalístico mais utilizado em todos os *media* é a entrevista. De acordo com a definição de Edgar Morin, citada por Jean-Jacques Jaspers (1998: 149), entrevista é “qualquer comunicação pessoal suscitada com o objectivo de informar.” Para Jaspers, a finalidade de qualquer entrevista é “fazer emergir uma informação, esclarecê-la e mediatizá-la” (*ibid*). A entrevista consiste, assim, numa conversa entre duas (ou mais) pessoas, sobre um determinado assunto. Pode ocorrer em direto, ou então, previamente gravada, sendo depois editada. Quando temos um conjunto de extratos de entrevistas, ligadas por um locutor ou pelo repórter, de modo a apresentar uma história coerente e interessante, chamamos a isto um “pacote”. “Num nível mais complexo, um pacote pode conter som proveniente de outras fontes: gravações *in loco*, música, videoclipes e material de arquivo (...) Geralmente, o termo ‘pacote’ refere-se a um item curto, entre os dois e os cinco minutos” (Mitchell, 2009: 116).

Outros géneros jornalísticos mais utilizados em rádio e televisão são a notícia e a reportagem.

A notícia é um género jornalístico com um estilo factual, simples, direto e conciso. Obedece a convenções narrativas rigorosas como o *lead* (resposta às perguntas: Quem? O quê? Onde? Quando? Como? Porquê?).

Neste género são secundarizados elementos informativos como a descrição de personagens e de ambientes, uma vez que o importante é dar as informações que respondam às questões do *lead*.

Na reportagem, a presença do jornalista no local do acontecimento e o contacto com os protagonistas constituem procedimentos fundamentais deste género jornalístico. Apresenta uma estrutura organizativa mais flexível e parte, normalmente, de casos concretos e particulares para dar a conhecer uma situação ou um fenómeno mais geral. É o trabalho por excelência no jornalismo, uma vez que implica um planeamento mais cuidadoso, e tem uma duração maior.

Antes de qualquer trabalho, o jornalista deve fazer os seus contactos e pesquisas; deve saber qual é o ângulo do trabalho pedido; a duração e o ritmo de apresentação.

Depois de saber qual o formato exigido para o trabalho, o jornalista “sai para o terreno” para reunir o material de que necessita para contar a estória. David Holmes, Katie Stewart e Marie Kinsey (2009: 89) asseguram que “o melhor jornalismo radiofónico é vibrante, descritivo e leva o ouvinte para dentro da estória.” Na rádio, é essencial criar-se uma atmosfera e o sentido de localização (*ibid*). Os autores ilustram alguns exemplos de como criar ambiente na recolha de informação sonora:

“(…) a caminho de uma estória, tem em consideração que sons precisas de captar (*wildtrack*) para transmitir a atmosfera, e vai pensando em quem irás entrevistar. Nunca caias na tentação de adicionar efeitos sonoros mais tarde – não funciona e soa sempre pomposo. Para além disso, é falsidade. Se estás num aeroporto, certifica-te de que gravas os avisos e o zumbido do *check-in*. Se estás a cobrir um alerta terrorista, grava o barulho das sirenes da polícia e o ruído do tráfego. Mesmo no que aparenta ser um local calmo, existirá sempre algo – o canto dos pássaros num parque, trânsito distante, passos (...) (Holmes; Stewart; Kinsey, 2009: 89).¹⁹

Vimos que, devido às suas características próprias, a rádio tem o poder de chegar rapidamente a todos os ouvintes, mas para que estes recebam a mensagem, sem falhas e sem dúvidas, o texto deve ser claro e direto. O estilo jornalístico deve ser de qualidade, ou seja, requer rigor na função informativa. Um bom uso do português, assente no cumprimento das

¹⁹ Tradução nossa.

regras gramaticais, desprovido de vícios e incorreções linguísticas é o esperado.

No capítulo 2.4 deste relatório vamos dar exemplos e recomendações no tratamento da informação para o jornalismo radiofónico, em termos de recolha da informação, escrita do texto, leitura e algumas regras. A seguir, faremos uma abordagem aos valores-notícia, para o caso da rádio, explicando como é que os profissionais da informação selecionam diariamente as informações e acontecimentos que transformarão em notícia. Explicamos, também, conceitos como *agenda-setting*, *gatekeeping* e *newsmaking*.

2.3 – Os valores-notícia: caso da rádio

Todos os dias chegam às redações inúmeras informações, provenientes das mais variadas fontes, como agências de notícias, fontes institucionais, ou mesmo informações que o órgão de comunicação procurou. Mas nem tudo o que é informação é, necessariamente, notícia. Existem certos critérios que um facto ou acontecimento deve ter para “passar a ser notícia”. Vejamos algumas definições do que é considerado notícia, segundo alguns autores:

“Notícia é o primeiro rascunho da história.” – Ben Bradlee

“Notícia é o imediato, o importante, as coisas que têm impacto nas nossas vidas.” – Freda Morris, NBC

“Quando um cão morde um homem, isso não é notícia, mas quando um homem morde um cão, isso é notícia.” – Charles Dana

“Notícia é qualquer coisa que faz um leitor dizer: ‘Caramba!’” – Arthur McEwen (Boyd, 2001: 18).²⁰

Pelo que vemos, uma notícia “são factos que saem da normalidade” (Mesquita, 2003: 29); algo que acaba com a lisura dos dias; que é importante, novo, diferente. É objetivo dos órgãos de informação relatar estes acontecimentos significativos e interessantes (Wolf, 2009: 169).

De acordo com Tuchman (*apud* Wolf, 2009: 169), para produzirem notícias, os órgãos de informação devem cumprir três obrigações:

²⁰ Tradução nossa.

1. “Devem tornar possível o reconhecimento de um facto desconhecido (inclusive os que são excepcionais) como acontecimento notável.
2. Devem elaborar formas de relatar os acontecimentos que não tenham em conta a pretensão de cada facto ocorrido a um tratamento idiossincrático.
3. Devem organizar, temporal e espacialmente, o trabalho de modo que os acontecimentos noticiáveis possam afluir e ser trabalhados de uma forma planificada. Estas obrigações estão relacionadas entre si.”

E fazem parte da cultura profissional dos jornalistas e da organização do trabalho e dos processos produtivos numa redação. Para adquirir a existência pública de notícia, é então necessário que o acontecimento passe pela validação de critérios, operações e instrumentos que o órgão de informação ou comunicação efetua quotidianamente nas suas práticas e rotinas de produção, de modo a escolher, dentre o número indefinido e imprevisível de factos, aqueles que irão resultar em notícia. A isto, chamamos critérios de noticiabilidade.

É através dos *mass media* (imprensa, rádio, televisão, Internet) que temos conhecimento do que se passa no mundo, mas a imagem da realidade que os meios de comunicação nos devolvem não é total. A hipótese do *agenda-setting*²¹ (do inglês *agenda* = ordem do dia, pauta + *set* = regular, estabelecer) defende que “os *mass media*, descrevendo e precisando a realidade exterior, apresentam ao público uma lista daquilo sobre que é necessário ter uma opinião e discutir” (Neumann *apud* Wolf, 2009: 130), ou nas palavras de Cohen (*apud* Wolf: *ibid*), os *media* não nos dizem *como* pensar mas *sobre* o que pensar.²²

É claro que, ao selecionarem uma parte da realidade (“frames”) na produção de informação, os *mass media* provocam “distorções involuntárias” (Wolf, 2009: 131) na forma como o destinatário apreende a

²¹ “Agenda-setting” – conceito criado por M. McCombs e D. Shaw num artigo publicado em 1972 no *Public Opinion Quarterly* – “Agenda-Setting Functions of Mass Media.” (Felisbela Lopes, *O Telejornal e o Serviço Público*, Coimbra, Minerva, 1999, p.70).

²² Itálico nosso.

representação da realidade, e a imagem que cria do real é distorcida, estereotipada, pois há o problema da continuidade a nível cognitivo.

Galtung e Ruge (*ibid*) observaram que essas distorções que se geram nas fases de produção da informação têm a ver com os critérios de relevância adotados pelos jornalistas para selecionarem os acontecimentos passíveis de ser transformados em notícias. O que acontece é que os *mass media* não fornecem apenas um certo número de notícias; fornecem categorias nas quais os destinatários as podem organizar.

O modo como o sujeito hierarquiza os temas públicos, vai dizer da sua maior ou menor importância, i.e., a frequência com que um assunto aparece nas notícias é percebida como o seu grau de relevância. A função do *agenda-setting* consiste, assim, em selecionar apenas os grandes temas sobre os quais há que se concentrar a atenção do público (Wolf, 2009). Esta teoria deixa uma lacuna, em relação ao mecanismo de produção da notícia, propriamente dita e, para o explicar, surgiu a teoria do *newsmaking* (do inglês *news* = novidade, notícia + *making* = fabricação) ou teoria da produção de notícias. As pesquisas neste domínio dão conta das relações de poder/saber dos *media*, enquanto construtores da realidade social e caracteriza-se como “o estudo sobre os processos produtivos na comunicação de massa” (Wolf, 2009: 159). É aqui que entra uma figura importante no quotidiano noticioso: o *gatekeeper*.

O conceito, elaborado por Kurt Lewin em 1947 e adotado por David Manning White, três anos mais tarde, aos meios de comunicação (Wolf, 2009: 161-162), descreve uma figura que tem o poder de decisão quanto à miríade de informações que afloram diariamente aos órgãos de informação, e tanto pode ser desempenhada pelo diretor do órgão de informação, que escolhe a notícia, como pelo redator, que decide que aspetos incluir ou deixar de fora do artigo. Este *gatekeeper* (do inglês *gate* = portão + *keeper* = zelador, proprietário) ou porteiro adota diferentes nomes, de acordo com Ben H. Bagdikian (*apud* Gomis, 1991: 86): “managing editor”, “news editor”, “telegraph editor” ou “wire editor”.²³ A sua função é importante,

²³ O termo “wire” ainda é usado para descrever os serviços oferecidos por organizações de recolha de notícias, como a Associated Press, United Press International, e Reuters, uma

porque dele depende o fluxo de informação (Gomis, 1991: 82). A rapidez com que executa a tarefa depende da sua experiência, mas por norma, todo o jornalista tem “faro” para discernir o que vale ou não a pena noticiar. Pierre Bourdieu (1997: 25) diz mesmo que “os jornalistas têm “óculos” especiais a partir dos quais vêem certas coisas e não outras; e vêem de certa maneira as coisas que vêem. Eles operam uma selecção e uma construção do que é seleccionado.” O “news judgement” ou valoração das notícias aprende-se na repetição das rotinas informativas diárias (Gomis, 1991: 82) e implica, portanto, uma seleção sucessiva da informação. O conceito de *gatekeeper* é um dos mais consonantes na pesquisa sobre o modo de as notícias serem como são, e o processo de seleção das notícia que este efetua, pode ser comparado a “um funil dentro do qual se colocam inúmeros dados de que apenas um número restrito consegue ser filtrado” (Wolf, 2009: 217).

Explicações para a escolha ou bloqueio de uma informação passar a notícia apontam para: falta de espaço; sobreposição de uma história já selecionada; falta de qualidade da escrita; falta de interesse do leitor (Wolf, 2009: 162).

Na atividade do *gatekeeping*, as normas ocupacionais, profissionais e organizativas revelam ter mais força do que os critérios pessoais de quem faz a seleção. “As decisões do *gatekeeper* são tomadas menos a partir de uma avaliação individual da noticiabilidade do que em relação a um conjunto de valores (...) tais como a eficiência, a produção de notícias, a rapidez” (Robinson *apud* Wolf, 2009: 163).

Então, mas que características deve ter um acontecimento para que o *gatekeeper* o selecione para poder ser trabalhado e originar uma notícia? Essas características são definidas como os valores-notícia, ou seja, qualidades dos acontecimentos ou da sua construção jornalística que os tornam candidatos a notícia.

Dizer que uma notícia é escolhida por ser importante ou interessante, não chega (Wolf, 2009: 180). É necessário avaliar outras variáveis.

firma britânica (in Ted White, *Broadcast News Writing, Reporting, and Producing*, Fourth Edition, Oxford, Focal Press, 2005, p. 134).

De acordo com o investigador italiano Mauro Wolf (2009: 179), os valores-notícia derivam de considerações relativas ao conteúdo, ao produto informativo, ao meio de comunicação, ao público e à concorrência.

Os critérios relativos ao conteúdo dizem respeito à importância e ao interesse da notícia; a segunda categoria diz respeito ao conjunto dos processos de produção e realização; a categoria “meio de comunicação” está ligada ao produto informativo e inclui as *routines* produtivas inerentes ao *medium*; a quarta categoria respeita à imagem que os jornalistas têm acerca dos destinatários, e por fim, a concorrência trata das relações entre os meios de comunicação de massas existentes no mercado informativo.

No caso da rádio, vamos tentar encontrar critérios que são aplicados neste *medium*, embora não haja valores-notícia estanques para a imprensa, para a rádio, televisão ou outros *media*. Estas linhas-guia que os jornalistas seguem quotidianamente não estão afixadas nas paredes das redações nem os jornalistas as carregam num “breviário” de bolso, sempre que se deparam com um acontecimento.

É sabido que, na rádio, não pode haver “tempos mortos”, i.e., o silêncio total na emissão torna-se estranho para o ouvinte, e o mais provável é que este mude de estação, se tiver o aparelho sintonizado e não se ouvir nada. No entanto, a quantidade de tempo que uma notícia pode ocupar na rádio, depende do modo como é apresentada. Um critério de noticiabilidade importante neste meio tem a ver com a frequência, ou seja, o tempo necessário para que um acontecimento tome forma e significado (Wolf, 2009: 189). A rádio tem a vantagem de poder adiantar um assunto, mesmo quando ainda se conhecem poucas informações, mas respondendo às perguntas-base de um *lead* (Quem? O quê? Quando? Onde? Como? Porquê?) consegue-se informar rapidamente o ouvinte, ainda que a notícia esteja em desenvolvimento.

Outro valor-notícia que é partilhado por todos os meios de informação é o formato. “O critério fundamental do valor/notícia ‘formato’ (...), é que as notícias só se tornam idóneas quando são estruturadas narrativamente (...). Cada notícia dever ter uma introdução, uma parte central, de desenvolvimento, e uma conclusão” (Wolf, 2009: 190). E, principalmente, na rádio, como já vimos, a história deve ser contada, não só

segundo uma sequência lógica, coerente e com coesão, mas também de forma criativa, usando pormenores para cativar a atenção do ouvinte, enquanto este cria imagens mentais do que está a ser narrado.

Relativamente ao conteúdo, de que fala Mauro Wolf, importam, aqui, quatro variáveis:

- 1- Grau e nível hierárquico dos envolvidos no acontecimento noticiável (a presença de países de elite e de pessoas de elite num acontecimento torna-o mais provável de ser noticiado);
- 2- Impacto sobre a nação e sobre o interesse nacional (o acontecimento deve ter a capacidade de influir ou incidir no interesse do país, e deve ser suscetível de ser interpretado no contexto cultural do ouvinte – o que Galtung e Ruge denominam “significatividade”); associado a este fator está a proximidade, seja geográfica ou cultural;²⁴
- 3- Quantidade de pessoas que o acontecimento envolve (quanto maior for o número de indivíduos envolvidos, por exemplo, num desastre ou catástrofe natural, maior é a noticiabilidade desse acontecimento). Se para além do número elevado, houver presença de “grandes nomes”, maior é o seu valor-notícia;
- 4- Relevância e significatividade do acontecimento quanto à evolução futura de uma determinada situação (por exemplo, numa situação de campanha política, as primeiras notícias relativas à apresentação dos candidatos são importantes, porque o público eleitor toma conhecimento das propostas e promessas dos diferentes candidatos e partidos, e isso pode influir no seu voto final). Golding e Elliott (in Wolf, 2009: 184) defendem que o interesse de uma história está estreitamente ligado às imagens que os jornalistas têm do público e usam um valor-notícia como a “capacidade de entretenimento”, i.e., uma notícia é interessante se procurar dar uma interpretação de um acontecimento baseada

²⁴ Este valor-notícia é, particularmente, explorado pela RTP, nos programas “Portugal em Direto”, da televisão e da rádio, levando aos telespectadores e ouvintes, respetivamente, notícias locais, relativas a certas regiões do país.

no aspeto do “interesse humano”; notícias insólitas, curiosidades que chamam a atenção do público.

Outro valor-notícia relativo ao produto tem a ver com a ideologia da notícia. Acontecimentos que violem as regras de conduta, infrações à lei ou que, simplesmente, fujam à rotina normal das coisas, têm grandes probabilidades de se transformar em notícia. A máxima “*bad news is good news*”²⁵ é o reflexo de quanto mais negativo for um acontecimento, e quanto mais negativas as suas consequências, maior é o seu valor-notícia (negatividade).

A atualidade constitui, também, um valor-notícia relativo ao produto. Segundo Golding e Elliott (*apud* Wolf, 2009: 186), “as notícias devem referir-se a acontecimentos o mais possível em cima do momento da transmissão do noticiário.” É por isso que a produção quotidiana da informação estabelece que os acontecimentos, a incluir no noticiário, tenham ocorrido durante as 24 horas que vão desde a emissão de um bloco de notícias e o seguinte. Neste critério entram em jogo diversos fatores, porque, como são os jornalistas que criam a atualidade (Wolf, 2009: 187), a qualidade do produto final vai ditar se este entra ou não no noticiário. Gans (*apud* Wolf, 2009: *ibid*) distingue cinco critérios de qualidade que uma história deve ter: ação (a notícia será melhor, quanto melhor ilustrar o acontecimento); ritmo (para não se tornar enfadonha ao ouvinte); deve explorar o carácter exaustivo da história (fornecer todos os pontos de vista de um assunto controverso); deve ter uma linguagem clara (e, no caso da rádio, este critério é imperativo, porque o ouvinte não pode voltar atrás, se não compreendeu tudo o que foi dito); deve ter os *standards* técnicos mínimos.

Relativamente aos critérios associados ao público, Mauro Wolf diz que a imagem que os jornalistas têm deste é um aspeto difícil de definir, porque os jornalistas conhecem pouco a sua audiência. “O seu dever é apresentar programas informativos, não é satisfazer um público; quanto menos se debruçarem sobre o público, mais atenção podem dar às notícias” (Gans *apud* Wolf, 2009: 191). O “desconhecimento” dos interesses do público que os jornalistas apresentam, é justificado por estes últimos com

²⁵ “As más notícias dão boas notícias”, numa tradução livre.

base em noções correlativas de profissionalismo, empenho e experiência, i.e., como se trata da sua área de *expertise*, o jornalista sabe o que é mais interessante para o público. Na seleção dos acontecimentos para transformar em notícia, o jornalista incorpora critérios da estrutura narrativa, como a capacidade de atração do material difundido, o fator entretenimento e importância da notícia, com vista a interessar os destinatários.

Finalmente, os critérios relativos à concorrência têm a ver com a competitividade [natural] existente no meio informativo. Todos os meios de informação querem ser os primeiros a noticiar os acontecimentos mais relevantes, interessantes, inesperados, etc., e que contenham o maior número de qualidades. Daí, gera-se expectativas recíprocas nos concorrentes, e todos acabam, mais ou menos, por noticiar o mesmo. Aquilo a que Ignacio Ramonet chama a circularidade da informação: “os *media* repetindo os *media*, imitando os *media*” (Ramonet, 1999: 39). Isto contribui para o estabelecimento de parâmetros profissionais na forma de fazer informação.

É importante termos em conta que, para um acontecimento ascender à categoria de notícia, não tem, forçosamente, que cumprir todos estes requisitos. A cobertura ou não de determinado evento não obedece a uma fórmula e é variável de meio para meio, e de órgão de informação. Portanto, o que pretendemos mostrar aqui, foi que existem determinadas linhas orientadoras que os órgãos informativos seguem, quando decidem reportar um acontecimento. A transformação de um acontecimento em notícia vai depender dos recursos materiais e humanos da redação do órgão de informação; das suas políticas internas e obrigações enquanto órgão de informação; da avaliação dos valores-notícia do acontecimento, e da qualidade final do produto.

2.4 – O tratamento da informação

Na RTP, o dia na redação de rádio começa pela procura das notícias. Numa redação de grandes dimensões pode haver pessoal destacado para essas tarefas de pesquisa, mas numa estação de médias ou pequenas

dimensões, esse trabalho cabe ao jornalista. “Os jornalistas são cada vez mais responsáveis pela coleta da sua matéria-prima, tanto para rádio como para televisão, uma tendência que começou com a criação da rádio comercial na Grã-Bretanha em 1973” (Chapman and Kinsey, 2009: 72).

Para tal, o jornalista pode recorrer a vários meios, como por exemplo: agências noticiosas nacionais (Lusa) e internacionais (Associated Press, United Press International, Reuters, France Press, etc.); *feeds* via satélite (sobre assuntos como saúde e medicina, finanças, meteorologia, desporto, entre outros); a Internet (tomando as devidas precauções, procurando informação em sites fidedignos); leitura dos jornais diários (pois trazem sempre mais detalhes sobre algum assunto que possa ser aproveitado para rádio); fazendo telefonemas para a Polícia, Bombeiros, e outras autoridades (que possam informar sobre o estado do trânsito, alterações nos horários dos transportes públicos, condições climáticas e quaisquer outras emergências, etc.) (White, 2005: 134-138), e claro, escutar as estações de rádio concorrentes para saber o que andam a noticiar. O jornalista deve, ainda, ter atenção às próprias agendas e rotinas da empresa em que está inserido.

Em termos de acesso a fontes, por razões de fiabilidade da informação, as redações recorrem mais facilmente a fontes estáveis, “que tendem a fornecer material informativo já facilmente inserível nos procedimentos produtivos normais da redação” (Wolf, 2009: 197).

Depois de estabelecidos os contactos, feitas as entrevistas e recolha de som ambiente, o jornalista deve saber tratar a informação, tendo em conta aquilo que foi pedido para o trabalho. Algumas recomendações básicas começam pela forma como se transpõem as ideias para o papel.

Para os guiões ou textos de rádio, uma sugestão é deixar bastante espaço nas margens da folha e entre as linhas do texto, de modo a possibilitar a introdução de correções de última hora, sem prejudicar a leitura do que já está escrito (White, 2005: 1). Este procedimento aplica-se tanto para textos manuscritos como para os redigidos a computador, mas por vezes surgem imprevistos e é necessário alterar algum dado ou informação no texto, antes de este entrar “no ar”. Outra nota importante é numerar sempre as páginas do texto e evitar abreviaturas e translineações de

palavras. Somente no caso de se tratar de siglas bem conhecidas (RTP, PSP, CNN) ou acrónimos (ONU, UNESCO, ovni) é que estas devem ser usadas; caso contrário, é sempre preferível dizer a palavra por extenso, para evitar confusão e erros.

Existem, ainda, algumas sugestões quanto à pontuação. É sabido que a escrita para rádio deve ser clara e simples, porque “em broadcast,²⁶ tudo é escrito para ser falado” (Boyd, 2001: 57). As ideias devem ser expressas rapidamente, com ritmo e em frases declarativas. Devem dirigir-se a pessoas comuns, o que significa que as palavras devem ser entendidas de imediato (White, 2005: 12). O esquema “uma ideia, uma frase” simplifica esta tarefa.

Para ajudar na leitura dos textos radiofónicos (além de manter uma postura correta, ao sentar na cadeira, respirar usando o diafragma e posicionar-se a cerca de um palmo do microfone), o jornalista deve adotar “truques” para não se enganar, principalmente, quando não há tempo de gravar e o texto é lido em direto. Alguns desses truques são, por exemplo, usar vírgulas para indicar uma pausa, ou uma barra (/) para assinalar uma pausa mais longa. Há, ainda, certas estações radiofónicas que usam barras compostas (//) para assinalar uma pausa mais longa na locução ou indicar o término do texto (Cabello, 1995: 147). O uso de reticências e de ponto e vírgula é desaconselhado, pois pode causar confusão na leitura do texto, alterando o seu sentido. Outra dica consiste em escrever em maiúsculas determinadas palavras que se pretende enfatizar. Expressões jocosas ou complicadas devem ser sublinhadas, para chamar a atenção do locutor (*ibid*).

Ao apresentar um entrevistado ou alguém que corrobore o que foi dito pelo jornalista na peça, os cargos ou estatutos devem sempre vir antes do nome da pessoa em causa. Ao identificar o indivíduo, primeiro pelo cargo, alerta o ouvinte para o nome que se irá seguir e, simultaneamente, espelha um estilo mais parecido com uma conversa (White, 2005: 4). É também aceitável dividir o nome e o cargo em duas frases distintas. Igualmente importante é saber como se escrevem e pronunciam

²⁶ Mantivemos a designação anglo-saxónica, em detrimento de teledifusão, pois serve melhor para designar a transmissão tanto para rádio como televisão, embora, neste capítulo do relatório estejamos a tratar do *medium* rádio .

corretamente os nomes dos entrevistados, principalmente quando são nomes estrangeiros.

Quanto à leitura dos números em rádio, deve arredondar-se um número para inteiro, sempre que existir possibilidade de confusão (White, 2005: 7-8). Por exemplo, se tivermos de referir o número de adeptos num jogo de futebol, supondo que o número era algo como 29786 pessoas, ao referir o número dizemos “perto de 30 mil adeptos”. Esta convenção foi criada para números grandes e que sejam de difícil leitura, ou compreensão para o ouvinte, mas só se aplicam em certas situações.

Para facilitar a locução, os numerais cardinais, de “zero” a “nove”, devem ser escritos por extenso (Cabello, 1995: 147), assim como aqueles que repetem o mesmo numeral, como por exemplo, “onze”, “vinte e dois”, “trezentos e trinta e três”, e ainda, números que obrigariam a um esforço visual maior por parte do jornalista, para contar os zeros, como por exemplo, “cem”, “mil”, “um milhão”. A forma mista também se emprega, para facilitar a locução. Tome-se, como exemplo, “cinco mil 742”.

Ainda, de forma a facilitar a locução, os exemplos seguintes também devem figurar por extenso: numerais ordinais (“... ficou em segundo lugar”); os numerais que variam em género (“duas pessoas morreram”); a indicação de dinheiro (“... o prejuízo é de cem mil euros”); de fração (“... perdeu um quinto da produção”); de pesos (“... apreendeu trezentos quilos de cocaína”); de medidas (“a desapropriação chegou a três mil alqueires”); numerais com vírgula (“O dólar foi cotado hoje a zero ponto noventa e sete”) e percentuais (“A reivindicação é de trezentos por cento de aumento”) (*ibid*).

Ao referir dados, números e casos concretos, ideias claras, citações e exemplos, deve-se sempre identificar quem os escreve e os locais referenciados. É de evitar generalizações vagas e abstrações. No caso das distâncias ou de outro tipo de grandeza, deve dar-se sempre uma imagem/termo de comparação (por exemplo: 40 hectares de floresta ardida correspondem a 60 campos de futebol). A variedade, objetividade e concisão das informações veiculadas são outros aspetos a ter em conta.

Já vimos que, na rádio, a voz ativa é preferível à voz passiva e que o uso do presente remete para a atualidade. Por isso, a passagem do discurso

indireto para o discurso direto deve, também, ser feita com cuidado, de modo a não deturpar a mensagem e a alterar o seu sentido.

Finalmente, a última regra básica no jornalismo radiofónico é: ler sempre os textos em voz alta. Desta maneira, é mais fácil detetar erros gramaticais ou de concordância e estimar quanto tempo precisamos para ler determinado texto, pois cada pessoa possui um ritmo de leitura próprio. Para além disso, este exercício ajuda a descobrir que palavras devem ser enfatizadas e qual o estilo que devemos adotar na leitura do texto (mais rápido ou mais lento). Esta cadência deve ter, também, em conta a audiência à qual o programa ou a estação de rádio se dirige. Uma estação de rádio vocacionada para um público mais jovem, provavelmente, dará as notícias mais apelativas aos jovens, de forma leve e rápida, condizente com o estilo editorial da estação (White, 2005: 96). Pelo mesmo princípio, a seleção de notícias será diferente numa estação de rádio local, daquela que é feita noutra, a nível nacional. No entanto, não podemos esquecer que, independentemente de ser local, nacional ou internacional, há histórias cuja importância se sobrepõe a outras.

Deve ter-se sempre em conta que “comunicar informação para uma audiência de rádio (...) funciona melhor se for feita numa linguagem do dia a dia, simples e com sinceridade” (White, 2005: 21).

3 - A Televisão

3.1 – A imagem aliada ao som

“Com a televisão, estamos diante de um instrumento que, teoricamente, possibilita atingir todo o mundo” (Bourdieu, 1997: 18)

Vimos, nos capítulos anteriores, as características da rádio, que a tornam no meio mais imediato, ao serviço do jornalismo para a transmissão de notícias e reportagens; abordámos alguns valores-notícia que são tidos em conta no momento de seleção dos acontecimentos e indicámos regras, sugestões e conselhos ao tratar a informação para usar na rádio. Debruçar-nos-emos, agora, sobre as particularidades da televisão, de modo a percebermos as potencialidades deste *medium*.

A televisão ocupa um lugar determinante na vida de cada pessoa, através da distração que nos proporciona, mas também como meio preferencial de termos acesso às notícias e informações importantes, de uma forma rápida, concisa, através de sons, textos e imagens estáticas e em movimento. “Hoje, é ela que serve de modelo, que determina a importância das notícias, que fixa os temas da actualidade” (Ramonet, 1999: 27).

“a televisão pode explicar, fazer partilhar, fazer sonhar, sensibilizar, chocar, suscitar a reflexão, a adesão ou a rejeição, anestesiar ou excitar, mas ela faz tudo isso mostrando imagens, e fazendo ouvir sons concomitantes com a imagem” (Jespers, 1998: 68).

O pequeno aparelho de televisão, permite-nos conhecer o que se passa em todo o mundo, mesmo nos lugares que nunca visitámos, constituindo-se, assim como uma espécie de “janela aberta sobre um mundo diferente do da vida de todos os dias” (Wolton, 1994: 46).

No início dos anos 50, a televisão surgiu, um pouco por toda a Europa. “Na Grã-Bretanha, em França e na Alemanha, há muito que está consolidada junto do público. Outros países, como Espanha e Portugal (1957), só no final dos anos 50 passam a dispor de redes de televisão” (Godinho, 2011: 87).

“Filha da rádio”, a televisão, importou da mãe o seu modelo de funcionamento e gestão, aproveitou parte dos seus recursos técnicos, adaptou os os seus conteúdos e herdou-lhe os profissionais (Lopes, 1999: 25). As primeiras emissões de informação de televisão [portuguesas] eram emissões de rádio tornadas visíveis (Godinho, 2011: 33), até porque, como se tratava de um meio novo, não havia ainda profissionais formados, especificamente, para trabalhar naquela área, e então os jornalistas da imprensa e da rádio foram os primeiros a integrar os estúdios televisivos.

“a prática que se instalou no jornalismo televisivo português, desde os primeiros anos, foi herdada do jornalismo radiofónico e da imprensa, ou seja, escrevia-se primeiro o texto, gravava-se a voz-off²⁷ e depois, “por cima”, “pintava-se”²⁸ com imagens” (Godinho, 2011: 72).

²⁷ “Abreviatura de *off screen*, fora do ecrã, este termo é utilizado sobretudo para o som cuja fonte não é visível na tela mas está presente no fora de campo, ao contrário do som que não pode pertencer à cena vista porque é emitido de outro lado. (...) As tipologias variam com os autores: distingue-se geralmente «som in» (no campo), «som off» (fora de campo) e «som over» (por cima, como a música do filme e o comentário). Michel Chion utiliza os termos *in*, fora de campo e *off* (no lugar de over)”. (Marie-Thérèse Journot, *Vocabulário de cinema*, Lisboa, Edições 70, 2009. pp. 111-112).

No fundo, as técnicas de rádio e televisão apenas diferem por causa do uso da imagem, mas em muitos aspetos são semelhantes na maneira de processar as informações que resultam em notícias (Boyd, 2001: 233).

E é através das imagens que a televisão, idealizada por muitos, anos antes ao seu aparecimento, permite-nos ter uma imagem do homem no seu meio mais completa e precisa do que a que tínhamos no passado (Godinho, 2011: 38). Mas não podemos esquecer que, mesmo podendo levar-nos a viajar sem sair do sofá, as imagens que a televisão mostra são apenas parte da realidade [construída], e nós, telespectadores (observadores à distância) observamos essas imagens que nos chegam, “como as imagens dos telescópios ou dos espelhos”, que são simultâneas e duram o tempo que se lhes dedica o olhar, para depois desaparecerem (*op. cit.*: 43). Mas mais do que qualquer imagem animada, a imagem da televisão é assim, tributária de um contexto (Wolton, 1994: 73).

Günther Anders (*apud* Godinho, 2011: 43) chama às imagens transmitidas pela televisão “fantasmas”, porque “os acontecimentos retransmitidos são ao mesmo tempo presentes e ausentes, são ao mesmo tempo reais e aparentes, estão lá e ao mesmo tempo não estão lá”.

“Ao contrário dos jornais que se distanciam temporalmente dos factos, a TV assume-se como narradora do tempo presente, traduzido, na sua forma mais pura do directo” (Lopes, 1999: 79). Este “artifício” muitas vezes usado nos jornais televisivos responde ao conceito de “estar lá”, que sempre agradou aos produtores de televisão (Orlebar, 2009: 106). Ao mostrarem o jornalista *in situ*, provam que este “tem credibilidade uma vez que é considerado como a testemunha directa dos factos que narra” (Jespers, 1998: 143). Mas o uso do “direto” não deve ser usado aleatoriamente e sim, apenas quando se justifique: pela necessidade extra de explicar o que se está a passar, sem, no entanto, repetir o que já foi dito na peça gravada e

²⁸ O termo “pintar” as peças é um jargão do jornalismo televisivo e consiste em colar imagens sob a banda na qual se gravou previamente o texto lido, resultando depois num produto final único.

previamente emitida, e para contextualizar a história e informar de atualizações de última hora.²⁹

Situações que requerem a presença do jornalista, diretamente do local, são, por exemplo, guerras (a primeira guerra a ter cobertura televisiva foi a Guerra do Vietname), incêndios, catástrofes naturais e outras situações que ajudem os telespectadores a compreender e situar (geograficamente) o acontecimento.

“a televisão pode, tecnicamente, transmitir um acontecimento em directo (...) Contudo, a noção de “directo” é muitas vezes uma ilusão de linguagem. De facto, é raríssimo que a televisão forneça a reportagem de um acontecimento em directo, excepto se se tratar de um acontecimento programado com antecedência e esperado (...). “Na maior parte dos casos a expressão “em directo” significa apenas que as imagens e os sons que se estão a ver e a ouvir não são gravadas previamente” (Jespers, 1998: 65).

O direto e o falso direto tanto são usados, assim, em notícias como em reportagens. Embora não haja uma regra para definir que tipo de situações “obrigam” ao “vivo” do jornalista, o seu uso deve ser cauteloso, ou o canal televisivo corre o risco de ser visto como pouco profissional e promover jornalistas-vedetas, que “só gostam de aparecer”, que apenas distraem o público e que acrescentam pouca informação ao que já foi dito na peça.

Tal como a rádio, a televisão é um “*medium* de massas” e, de acordo com Dominique Wolton (1994: 81-82), esta expressão “tem vários sentidos e conotações”, sendo que a respeito da televisão importa mencionar quatro:

Técnica – “a televisão é um *medium* de massas que está ligado ao efeito multiplicador assegurado pela difusão (hertziana, cabo, satélite) e recepção por vários milhares de televisores no mundo”;

²⁹ Outra expressão que é usada no jornalismo televisivo é o “vivo”. “‘Fazer um vivo’ ou ‘gravar um vivo’ tornou-se frequente no jornalismo televisivo desde o aparecimento da RTP. Trata-se de uma adaptação do inglês “live on tape”. ‘Vivo para a cassete’ ou apenas ‘vivo’ designa então a gravação que o jornalista faz no local do acontecimento, como se estivesse em directo, mas que se destina a inserir numa peça que será emitida mais tarde. Trata-se de uma espécie de testemunho de que efectivamente o repórter esteve no local do acontecimento.” (Jacinto Godinho, *As Origens da Reportagem – Televisão*, Lisboa, Livros Horizonte, 2011, p. 66). Jean-Jacques Jespers inclui, ainda, as denominações “stand up” e “plateau” ao discurso não-icónico da mensagem virtual. (Jean-Jacques Jespers, *Jornalismo Televisivo: Princípios e Métodos*, Coimbra, Minerva, 1998, p.116.)

Jurídica – “em todos os países, a actividade de televisão está rigorosamente regulamentada de modo a permitir que todos recebam a imagem de televisão”;

Política – “em todos os países, os poderes públicos quiseram que a televisão, mais ainda do que a rádio, fosse objecto de um projecto global”, interessando aqui referir a ideologia da televisão de serviço público, com vista a fornecer a coesão social e cultural das populações;

Razões económicas – “tanto para os equipamentos como para os programas, tornou-se indispensável produzir em larga escala para rentabilizar os investimentos onerosos. Desse ponto de vista, a televisão entra directamente numa economia de massas.”

É assim que o “pequeno ecrã” chega a todo esse “público imenso, anónimo e heterogéneo” (Wolton, 1994: 71) onde esteja disponível, e assegura uma oferta de programação “quase contínua de imagens de géneros e estatutos diferentes” (*ibid*). As capacidades técnicas da televisão não são apenas a única forma de caracterizar a natureza do *medium*, mas ajudam a perceber como é que este instrumento é tão apreciado por tanta gente, apesar da dimensão que a Internet assume, cada vez mais, na vida dos cidadãos.

3.2 – O jornalismo televisivo

“Frequentemente aquilo que é noticiado pelas rádios ou pelos jornais só se torna determinante quando ampliado pela televisão” (Lopes, 1999: 71). Independentemente do *medium*, uma das exigências tácitas da profissão de jornalista é estar constantemente informado, porque “para saber o que se vai dizer é preciso saber o que os outros disseram” (Bourdieu, 1997: 32). Esta é uma das rotinas de quem trabalha na informação, como nos explica o sociólogo francês Pierre Bourdieu, neste exemplo:

“(…) para fazer o programa do jornal televisivo do meio-dia é preciso ter visto as manchetes do 20 horas da véspera e os jornais da manhã e para fazer as minhas manchetes do jornal da noite é preciso que tenha lido os jornais da manhã” (Bourdieu, 1997: 33).

Esta “informação sobre a informação” (Bourdieu, 1997: 35) que os jornalistas praticam nas redações é altamente criticada por Bourdieu, pois

resulta na uniformização e banalização das notícias televisivas, levando à perda da exclusividade, originalidade e singularidade esperadas no produto final.

Uma visão mais abonatória sobre a informação televisiva, como a de Dominique Wolton ou de Jean-Jacques Jaspers, permite-nos constatar que o poder da televisão reside na imagem, e é aqui que este *medium* se torna mais atraente, quando comparado com outros meios. As notícias, outrora apenas lidas e ouvidas, podem agora ser, também, vistas: “com a introdução dos noticiários televisivos no ritual das notícias, a formação do presente social enriqueceu-se com a possibilidade de «ver as notícias»” (CBS News *apud* Gomis, 1991: 24).

De facto, a atividade de ver notícias é uma das rotinas mais presentes na vida quotidiana, ou não estivéssemos nós em contacto permanente com os *media*: ao abrir e ler o jornal pela manhã, ligar a rádio quando vamos a conduzir, e quando chega a hora do jantar, reunir a família frente à televisão, para assistir ao telejornal³⁰ (Gomis, 1991: 15). É assim que, todos os dias, entramos em contacto com a realidade global que nos envolve e ficamos a saber quais os assuntos que estão na ordem do dia (cf. *agenda-setting*). Deste modo, quanto mais se fala num assunto, mais este se tornará notícia. Para Lorenzo Gomis (1991: 16) “o que não se comenta não produz efeitos de notícia.”

Até chegar ao estádio de notícia, um acontecimento ou facto passa, como já explicámos, pelo crivo do *gatekeeper* que, com base em critérios, seleciona aquelas histórias com maior potencial ou valor-notícia. No caso da televisão, uma vez que “é escrava das imagens” (Boyd, 2001: 22), “não será notícia do telejornal, provavelmente, aquilo que não tenha imagem e isso dependerá se ocorre numa cidade com uma equipa de câmaras no lugar adequado e no momento oportuno” (Gomis, 1991: 16). São raras as notícias televisivas que vão “para o ar” sem imagem mas, em todo o caso, “se não há imagens, mais vale dizê-lo do que inventá-las” (Wolton, 1994: 75), pois “só

³⁰ Gomis usa a expressão “telejornal” para se referir ao noticiário televisivo. Em Portugal, o nome *Telejornal* representa uma marca registada, da RTP, que se mantém até aos dias de hoje, e que surgiu em 1959 para substituir o *Jornal da RTP* como principal noticiário da noite. (Jacinto Godinho, *As Origens da Reportagem – Televisão*, Livros Horizonte, Lisboa, 2011, p. 124). Metonimicamente, o termo costuma ser utilizado para designar todo o serviço informativo de televisão que apresenta as mesmas características.

o que se vê merece ser objecto de informação; aquilo que não é visível e que não tem imagem não é televisivo, portanto não existe do ponto de vista mediático” (Ramonet, 1999: 27).

O primeiro contacto que o telespectador tem com as notícias dá-se através do apresentador do telejornal. Esta figura televisiva desempenha várias funções que “fazem dele um elemento-chave na ligação do mundo referencial aos telespectadores” (Charaudeau *apud* Lopes, 1999: 82).

Ao anunciar o acontecimento, apresentando-nos um ângulo de visão, o pivô desempenha a função de guia; é ele quem gere a palavra dos entrevistados, desempenhando a função moderadora; ao rematar as peças ou as conversas com um breve comentário, desempenha a função enfática e ao fazer as perguntas que o telespectador gostaria de fazer desempenha a função delegada (*ibid*). “Para além daquilo que diz, o *pivot* transmite informação através de códigos cinéticos, nomeadamente através do olhar” (Lopes, 1999: 82).

3.3 – Os valores-notícia: caso da televisão

Vimos anteriormente, no capítulo sobre a rádio, que os valores-notícia são componentes fundamentais da noticiabilidade, i.e., linhas-guia do trabalho do jornalista, que sugerem o que deve ser recolhido, omitido ou realçado; regras práticas referenciais associadas às escolhas; as qualidades atribuídas aos acontecimentos; o que fica e o que não entra; o que é importante (Wolf, 2009: 175).

Golding e Elliott (in Wolf, 2009) entendem os valores-notícia como qualidades dos acontecimentos ou da sua construção jornalística, e que quanto mais um acontecimento exhibe essas qualidades, maiores são as suas possibilidades de ser incluído num produto informativo.

Na informação televisiva, que vive da imagem, “que vale mais do que mil palavras”, a avaliação da noticiabilidade de um acontecimento prende-se com a disponibilidade - claro está -, de boas imagens, ou seja, imagens que não só correspondam aos *standards* técnicos normais, mas também que sejam significativas, que ilustrem os aspetos importantes do acontecimento e que ponham em cena a ação.

“No que à informação televisiva diz respeito, se não há imagem, não há notícia” (Boyd, 2001: 22). Mas a informação televisiva não depende só das imagens. Segundo Bourdieu (1997: 26), “o mundo da imagem é dominado pelas palavras”, pois “o texto verbal é tão essencial como as imagens porque, muitas vezes, é ele que contém a verdadeira notícia, enquanto as imagens acompanham e ilustram as palavras” (Gans *apud* Wolf, 2009: 189). Jean-Jacques Jaspers afirma mesmo que “na maior parte dos casos, se não fosse acompanhada de nenhum comentário uma imagem apareceria praticamente ilegível e desprovida de sentido: é o texto que lhe dá o seu contexto e permite assim a interpretação” (Jaspers, 1998: 72).³¹

O valor-notícia do formato, que se falou anteriormente para o caso da rádio, no caso da televisão diz respeito ao número de serviços filmados que podem ser apresentados numa edição do noticiário, à sua duração, ao comprimento das peças, etc., uma vez que, tal como em outros *media*, o produto informativo está limitado no espaço e no tempo. No entanto, “em televisão, as notícias que não apresentam uma conclusão, podem ser excluídas ou relegadas para as notícias dadas em poucas palavras, a menos que sejam noticiadas de acordo com outros valores/notícia” (Wolf, 2009: 190).

“Os limites rígidos da duração dos noticiários e das suas dimensões, fazem com que os dois ou três minutos das notícias maiores não sejam suficientes para se fornecer o contexto histórico ou geográfico da maior parte dos acontecimentos (...) a atenção centra-se no que acontece e não nos seus objectivos ou causas profundas” (Wolf, 2009: 173).

Os investigadores Johan Galtung e Marie Holmboe Ruge foram pioneiros nos estudos acerca dos valores-notícia, quando, em 1965 realizaram um estudo direccionado à cobertura internacional de eventos. Identificaram, pelo menos, 12 valores-notícia que os meios de comunicação adotam nas suas rotinas de avaliação do potencial que um facto ou acontecimento possui para ser transformado em notícia. Postulam que quanto maior o número de valores-notícia que um acontecimento possuir, mais noticiável será, mas esta regra não é absoluta.

³¹ “Chris Marker, em *Lettre de Sibérie*, em 1961, demonstrou definitivamente a importância semântica, o domínio do comentário sobre as imagens: apresentava aí três seqüências de imagens idênticas, comentadas de três maneiras diferentes, positiva, negativa e neutra, revelando, assim, que é o comentário que impõe o sentido das imagens.” (Ignacio Ramonet, *A Tirania da Comunicação*, Porto, Campo das Letras, 1999, p. 35).

No fundo, os acontecimentos são ou não noticiados de acordo com o número de condições que constituem “uma boa história” (Casey *et al.*, 2002: 105). Algumas delas são: frequência - é mais provável ser transformado em notícia um acontecimento que se produz num momento adaptado ao tempo de produção do meio, e quanto maior for a duração do acontecimento, maior será também a sua cobertura. Eventos que estejam em conformidade com o cronograma das notícias diárias, como a morte de celebridades, são mais propensos a ser incluídos no noticiário do que, por exemplo, análises detalhadas, comparativas ou longitudinais, de orçamentos militares; amplitude - um acontecimento é considerado “grande” quando a sua possibilidade de adquirir relevo for elevada; clareza - quanto menos ambíguo for um acontecimento, maior é a probabilidade de ser notícia. Eleições e guerras fornecem exemplos de histórias que, por apresentarem termos de concorrência direta e objetivos, são vistos como acontecimentos inequívocos; significância - um acontecimento relacionado com os interesses da comunidade espectadora tem maior oportunidade de ser selecionado como notícia; consonância - um acontecimento tem mais probabilidade de ser noticiado se corresponder às expectativas das audiências; imprevisibilidade - tem mais probabilidade de ser notícia um acontecimento inesperado ou invulgar, como por exemplo, crimes violentos, ou tudo o que seja contrário à normalidade do dia-a-dia; previsibilidade - à semelhança do que é invulgar, os acontecimentos que, por si só, tendem a gerar comportamentos previsíveis, são passíveis de cobertura noticiosa, como por exemplo, a expectativa de violência entre adeptos de clubes de futebol rivais num encontro desportivo, ou eventos que podem ser planeados e que requerem atenção jornalística, como uma tomada de posse presidencial ou uma demonstração pública; continuidade - eventos que funcionam ao longo de um determinado período de tempo e que estejam relacionados com outro que é notícia (aqueles que “têm pernas”) são passíveis de organização dentro de uma narrativa atraente; composição - uma história deve ser equilibrada e consistente. Por exemplo, um acontecimento alegre, muitas vezes é seguido de notícias más e mais sérias, para equilibrar o noticiário; referência a nações de elite - pessoas da elite, instituições ou sociedades dão boas notícias, em parte, porque podem ter um

valor simbólico mais amplo, são mais poderosos e influentes; referência a pessoas de elite - o evento que conte com a presença de uma figura popular ou celebridade tem mais hipótese de ser mediatizado; familiaridade – as notícias têm de ser familiarizadas e relevantes para as pessoas dentro de uma região ou nação. A cobertura de acontecimentos que se focam no “nosso” país ou em países com proximidade geográfica e cultural resulta em notícias “etnocêntricas”; negatividade – as más notícias, geralmente, dão boas notícias e, por isso, vendem mais do que as boas. Quanto piores forem as consequências de um acontecimento, maior será a sua cobertura, uma vez que o impacto junto do público é maior, e as pessoas têm tendência a interessar-se pelos desastres e tragédias. Conflitos entre pessoas, entre nações ou pontos de vista são, geralmente, importantes para os produtores de notícias; interesse humano – os acontecimentos são mais prováveis de ascender a notícia se puderem ser ilustrados em termos individuais, e por fim, a disponibilidade de material visual – por exemplo, imagens da queda de um avião irão garantir a sua inclusão no noticiário televisivo, independentemente do país no qual o avião tenha caído.

Este conjunto de valores-notícia não dita de modo infalível se um assunto terá ou não lugar no noticiário televisivo. No entanto, indica que a notícia é um produto final que resulta de práticas, quase tomadas como certas, desenvolvidas no âmbito da formação profissional e de rotinas organizacionais dos produtores de notícias, no dia-a-dia das redações (Casey *et. al.*, 2002: 106). Nem todos os valores-notícia são importantes de igual modo e nem todos eles são relevantes para cada notícia.

3.4 - O tratamento da informação

A produção de informação não começa todos os dias do zero. No dia anterior, antes de sair da redação, na RTP Coimbra, o coordenador da equipa estabelece já alguns contactos com a direção de informação, para saber se há notícias “em lista de espera”, i.e., notícias que aguardam uma brecha no telejornal para poderem entrar. É sabido que, muitas vezes, os jornalistas produzem peças que não chegam a ser transmitidas nos

noticiários televisivos, por falta de espaço no alinhamento do telejornal, ou porque não foram terminadas a tempo de entrar. Esta é, desde já, uma das vicissitudes de quem trabalha no jornalismo televisivo. Mas antes de passarmos à notícia, propriamente dita, vejamos como se desenrola a sua construção.

Diz Jean-Jacques Jaspers (1998: 93) que “tão paradoxal quanto isso possa parecer, o elemento essencial da mensagem real da informação televisiva é o texto.” É ele que contextualiza as imagens e permite a interpretação dos acontecimentos transmitidos. Na informação televisiva, o texto jornalístico é commumente referido como *off* ou *voz-off*, uma vez que é lido pelo jornalista, por cima das imagens que vão aparecendo ao telespectador.

A escrita para televisão é, em muito, semelhante à escrita para rádio, pois ambos os produtos se destinam à difusão (*broadcasting*). No entanto, em televisão, por exemplo, os cargos ou estatutos das pessoas que se entrevistam não precisam de ser ditos pelo jornalista, já que são identificados num local próprio da peça televisiva – o oráculo. No caso da rádio, como vimos anteriormente, a identificação do cargo é sempre referida antes de se dizer o nome da pessoa entrevistada.

Jaspers (1998: 94) compara os princípios de construção do texto de informação televisiva à retórica tradicional: “exórdio, conceito predicável, demonstração, contra-argumentação, refutação e conclusão.”

Significa isto que, em primeiro lugar, o jornalista deve delimitar o que vai comunicar – premissa ou predicado. Depois, tem de suscitar o interesse do telespectador, visto que a informação televisiva é feita “de um para um” – é a abordagem (exórdio). Seguidamente, há que transmitir o essencial da mensagem – o enunciado (que contém a premissa ou predicado). Depois, o jornalista deve dizer “em que é que a informação é importante, quais são as suas relações, antecedentes e consequências” e em que é que essa informação pode afetar o telespectador – é o desenvolvimento (demonstração, contra-argumentação, refutação). Por último, deve-se concluir aquilo que foi dito, lembrando sempre os elementos importantes da premissa, de modo a gravar essas informações na memória do telespectador.

Em relação ao exórdio, o autor distingue três tipos: exórdio disruptivo; exórdio aproximativo; exórdio inovador.

No tipo disruptivo, “trata-se de pôr em evidência o elemento sensacional, oportuno, excepcional, o facto ou o fenómeno que é invulgar” (Jespers, 1998: 97); quanto ao exórdio aproximativo, a ideia é “tentar atrair a atenção evocando logo o aspecto que interessa mais directamente o público a quem se dirige”; a abordagem inovadora inicia o texto “pelo aspecto mais novo da informação que traz à luz conhecimentos sobre um assunto já abordado ou recorrente na informação.”

O jornalista deve ter sempre estas recomendações em mente, no momento da escrita do texto televisivo, com vista a “induzir no ouvinte uma ‘communication pleasure’” (*ibid*), ou seja, o prazer de receber uma mensagem. O recetor deve conseguir memorizar essa mensagem (virtual), e sentir que “faz parte” da transmissão da informação, por isso, “o texto deve, tanto quanto possível, ter a forma de uma narração, de um relato. É, além disso, a forma mais natural do discurso” (Jespers, 1998: 99).

Assim, na feitura da história, deve: respeitar-se a ordem cronológica dos acontecimentos; situar a ação relativamente ao momento atual (se o acontecimento relatado teve lugar no domingo à tarde, e eu falo dele na segunda-feira de manhã, mais rapidamente uso a expressão “ontem à tarde” em vez de “domingo à tarde”); usar os tempos verbais adequados à narração - presente narrativo ou pretérito perfeito composto (evitar o pretérito perfeito simples, pois é mais usado em textos literários e tem uma linguagem mais complexa); fazer a concordância dos tempos verbais; ao citar números, optar por expô-los sob forma de proporções ou percentagens ou arredondá-los, de modo a facilitar a sua memorização por parte do telespectador; fazer perguntas ao longo do texto, e nunca deixar de as responder; usar metáforas, comparações e exemplos, para expôr problemas; “partir do particular para o geral, passar do facto à regra, do exemplo à teoria e não o contrário” (Jespers, 1998: 102), de maneira a respeitar a lógica do raciocínio; descrever processos de forma explícita e não implícita (“não subentender nada”; nunca “supor que é conhecido); partir do conhecido para o desconhecido.

Quando se justifica fazer um “vivo”, na leitura frente à câmara, o jornalista é o único veículo para levar a informação ao telespectador, por isso, tudo no jornalista (atitude, voz, rosto, linguagem corporal, vestuário) “contribui para otimizar a transmissão da mensagem real” (Jespers, 1998: 122). A inflexão da voz é importante na impressão que se passa ao telespectador: “o espectador espera que lhe falem num tom humano, natural, como se se dirigissem a um vizinho que está ao lado” (*op.cit.*: 124). Acentuar palavras-chave do texto, fazendo variar o tom acelerado e desacelerado, com crescendo e decrescendo, dá ritmo e vivacidade ao discurso, e por isso, deve ser utilizado.

Ao citar alguém, deve referir-se esse efeito, marcando os silêncios e dizer: “passo a citar” ou “estou a citar”, assim como no final da citação se deve indicar que esta terminou (“fim de citação”). “É fundamental que o ouvinte saiba bem se é você que fala ou se está a citar alguém” (*ibid.*).

Quando as imagens disponíveis para ilustrar o acontecimento (do “vivo”) são apenas aquelas provenientes de agências, e que têm pouca relação com uma informação importante a dar, o ideal é que o jornalista evite “sobretudo fazer coincidir uma imagem que capte a atenção (“imagem forte”) com um texto que contém uma informação densa (“texto denso”), ou seja, não pode haver texto denso numa imagem forte, e vice-versa (Jespers, 1998: 142).

Algumas regras da redação audiovisual, para escrever num estilo “oral” e facilitar a leitura-interpretação do texto em frente da câmara são: escrever o texto com atenção, sem copiar as fontes (“takes” de agência noticiosa, artigos, resumos de conversas, etc.), sublinhando o essencial, escrevendo “por palavras suas”; tentar visualizar as informações, “personificar os actores, concretizar as suas acções” (Jespers, 1998: 119). O espectador tem de ter a capacidade de imaginar o que está a acontecer; não utilizar termos abstratos; escrever o texto como se contássemos uma história a um familiar; repetir os elementos indicativos da informação (Quem faz o quê? O que está em causa? Qual é o argumento principal?); utilizar artigos definidos, adjetivos e pronomes possessivos, de modo a criar empatia com o telespectador e levá-lo a “participar” simbolicamente no acontecimento

descrito (*op. cit.*: 120); ser original e escrever com estilo próprio para cativar e provocar reações.

Nos outros tipos de trabalhos jornalísticos (entrevista, notícia, etc.), a escrita televisiva obedece às mesmas regras da escrita radiofónica: frases curtas³², declarativas, ideias claras e ritmo adequado. Simplicidade e concisão são as palavras-chave. O uso da voz ativa, tal como na rádio, é praticado na informação televisiva e, “como as notícias são sobre o que está a acontecer, mesmo quando o que não está a acontecer deve ser expresso na voz ativa” (Boyd, 2001: 90). A negação dupla deve, igualmente, ser evitada, pois causa confusão ao recetor.

No texto televisivo, a conclusão é muito importante, pois as últimas frases são, normalmente, as que o público memoriza. Jaspers (1998: 86-87) diz que, como o telespectador tem uma “percepção parcelar da informação (25 imagens e duas ou três palavras por segundo)”, para reconstituir o sentido do conjunto da informação, tem de esperar até ao fim. Por isso, cada elemento do discurso televisivo deve ser ligado ao anterior e ao seguinte para permitir reconstruir um enunciado coerente e significativo. Assim, a parte final do texto televisivo deve reter as informações mais importantes da mensagem – “repetir uma última vez a premissa de uma forma sintética” (Jaspers, 1998: 103). Simultaneamente, a conclusão assinala que a mensagem real terminou e que se vai passar a outra.

Outros princípios de construção do texto televisivo, segundo este autor, são: usar termos mais correntes, em vez de termos pouco usados; evitar as palavras muito longas, abstratas, os prefixos e os sufixos, termos técnicos, calão ou gíria.

O texto “oral”, para ser de fácil compreensão deve, pois, ser escrito para ser ouvido e não para ser lido. Por isso é que é aconselhado escrever o

³² Diz-nos Jean-Jacques Jaspers (1998: 106-107) que, de acordo com estudos sobre a percepção, o ouvinte armazena na memória a curto prazo um máximo de sete significantes ao mesmo tempo (os constituintes da frase pronunciada), e portanto, quanto mais longa é a frase, mais tempo o ouvinte levará a chegar à hipótese correta, das hipóteses sucessivas que o cérebro vai formulando. Frases longas aportam maiores riscos de o ouvinte se esquecer de uma parte dos elementos do texto ou de os interpretar mal. “Como o ouvinte não pode voltar atrás para “gravar” os elementos que faltam ou defeituosos, arrisca-se a todo o momento a formular hipóteses erradas.” Jaspers estabelece, assim, um máximo de 15 palavras por frase ou por enunciado.

texto para as imagens que se filmou, e não fazer as imagens adaptarem-se ao texto que temos.

“a televisão dirige-se ao mesmo tempo à vista e ao ouvido, dois sentidos particularmente finos. Mas esta dualidade pode ser incómoda. A mensagem visual pode entrar em concorrência com a mensagem sonora e vice-versa. O princípio básico para a realização da mensagem real televisiva é pois a redundância perfeita: descrever o que se mostra e mostrar o que se descreve” (Jespers, 1998: 88).

Ainda que a batalha sobre o que é mais importante nas notícias em televisão - palavras ou imagens – não tenha um fim à vista, a fórmula “boas imagens e boas palavras fazem boas notícias televisivas” (White, 2005: 106), mantém-se até hoje, e funciona. Em vez de dizer ao telespectador o que está a ver, é importante que o jornalista complete aquilo que as imagens dizem, com informações importantes que o próprio vídeo, sozinho, não consegue transmitir.

Em relação à imagem, a televisão absorveu muitas das técnicas usadas na arte cinematográfica, e ainda hoje alguns métodos do cinema são usados no tratamento da informação televisiva: aceleração da imagem, assim como a desaceleração; incorporação de imagens a preto e branco ou tons sépia, para dar a ideia de “antigo” ou de algo que aconteceu há muito tempo; reconstituição de situações; planos de filmagem e movimentos de câmara, etc. Relativamente aos planos, importa realçar alguns. Marie-Thérèse Journot, no livro *Vocabulário de cinema* distingue planos do ponto de vista do cenário e das personagens.

“De um ponto de vista do cenário, distingue-se geralmente o plano geral (ou plano de grande conjunto) que apresenta um espaço natural muito vasto (...), o plano de conjunto que cobre todo o cenário construído e o semi-conjunto que cobre apenas parte do cenário” (Journot, 2002: 55-56).

Em relação às personagens, a nomenclatura que a autora adota é a seguinte:

“o plano médio enquadra-as de pé, o plano americano a meia-perna, o plano aproximado à altura da cintura ou do peito, o grande plano à altura do pescoço. O plano de pormenor isola uma parte do rosto (olhos, boca...), enquanto o insert designa o plano de pormenor de um objecto (o inglês faz uma distinção entre close-up para os rostos e insert para os objectos)” (*op.cit.*: 56).

Os movimentos de câmara são, também, importantes para percebermos como nos são apresentadas algumas notícias ou reportagens

televisivas. Dois movimentos de câmara mais importantes são o *travelling* e a panorâmica. O *travelling* “constitui uma deslocação da câmara de filmar no espaço.” Pode ser realizado com meios diversos, incluindo a câmara ao ombro. “(...) pode deslocar-se para a frente, para trás, lateralmente, de cima para baixo ou de baixo para cima, ou circularmente (...) (Journot, 2002: 147-148). Quanto à panorâmica, esta consiste na “rotação da câmara de filmar sobre o seu eixo. A panorâmica horizontal varre o espaço da direita para a esquerda ou da esquerda para a direita, a panorâmica vertical mostra de alto a baixo ou vice-versa” (Journot, 2002: 113).

De modo a manter a seriedade e a objetividade das imagens utilizadas em notícias, os repórteres de imagem procuram não editar (no sentido de proceder a alterações como acontece no cinema) muito as imagens que recolhem, pois o público já está minimamente familiarizado com a construção icónica usada na indústria cinematográfica. É por isso que não vemos, nas notícias, muitas panorâmicas longas, muitos ângulos de filmagem estranhos ou planos de enquadramento de personagens, que funcionam melhor no grande ecrã.

3.5 - Jornalista multifacetado

Na BBC e noutros lugares, está a tornar-se prática comum os jornalistas serem polivalentes – capazes de produzir reportagens para rádio, televisão e, cada vez mais, para a Web (Boyd, 2001: 6).

Algumas das razões para o crescimento das estações que preferem jornalistas *bimedia* (que trabalham em rádio e televisão), ou então multitarefa são: a redução de pessoal, a poupança de recursos financeiros e a melhoria da satisfação e desempenho no trabalho. Esta tendência não é do agrado de todos. Muitos jornalistas queixam-se de que, para além de transportarem um gravador, um microfone e um caderno para tirar apontamentos, agora, é-lhes pedido que carreguem, também, um tripé, uma câmara de filmar e que façam tudo ao mesmo tempo. O jornalista dos tempos modernos é, assim, o verdadeiro “homem dos sete ofícios”.

“(…) hoje é possível um repórter escrever um artigo para a edição da tarde, aparecer na televisão a falar do mesmo caso e enriquecer a informação com os especialistas da Internet, sugerindo-lhes ligações com outros *sites* ou factos. Este processo mantém baixos custos e aumenta o rendimento do produto. No entanto, absorve uma parte do tempo que os jornalistas dedicavam a investigar exigindo-lhes, ao mesmo tempo, novas capacidades profissionais, como por exemplo, serem telegénicos, e uma escrita mediática que se adapte a qualquer suporte” (Eric Klinenberg *apud* Ramonet, 1999: 137).

A direção de negócios e de notícias da BBC acredita mesmo que o futuro dos jornalistas passa, obrigatoriamente, pelas multitarefas.

“as novas tecnologias permitem-te mudar a tua forma de trabalhar e a maneira como ocupas o tempo. Os jornalistas irão, cada vez mais, tratar de grafismos, produção, edição áudio e vídeo. O futuro dos jornalistas é, cada vez mais, o *multiskilling*” (in Boyd, 2001: 7).

Esta mudança na organização do local de trabalho e na forma de executar as tarefas no jornalismo começou já nos anos 80 do século XX, com a Internet. O professor João Canavilhas é perentório, ao afirmar que “no final da década de 1980, as empresas de comunicação iniciaram a digitalização das redações alterando todas as fases do processo de produção de notícias” (Canavilhas, 2011: 15). Este processo de convergência de meios, de linguagens e de funções teve impacto na atividade dos profissionais da informação, que “passaram a ser multitarefa e multiplataforma” (*ibid*). Assim, por exemplo, no trabalho *bimedia*, em certas ocasiões, a rádio usará a trilha sonora de entrevistas feitas para televisão, e as estações de televisão podem fazer uso dos repórteres radiofónicos para fornecerem relatos via telefone quando surgem notícias de última hora (Boyd, 2001: 44).

Rapidamente, os profissionais da informação perceberam que o desenvolvimento tecnológico levaria à pressão e maior carga horária dos jornalistas, pois era esperado que viessem a trabalhar num ambiente multimédia, e que a qualidade do jornalismo sofreria com a exigência em termos de quantidade de notícias a serem produzidas (Wilson, 2009: 22). A resposta inevitável a esta tendência de *cross-media* foi criar redações multimédia. Os jornalistas “da velha guarda” foram sendo integrados com os da “era moderna” e “em vez de trabalharem uns contra os outros, os antigos jornalistas concorrentes estão a tornar-se colegas na mesma plataforma” (*ibid*). As competências multimédia são, cada vez mais, um

requisito obrigatório para os profissionais da informação, pois os “jornalistas em redações multimídia convergentes têm acesso a uma rede mais vasta de processos de recolha, produção e distribuição da informação” (Volkmer and Heinrich, 2009: 54).

A digitalização das redações trouxe várias oportunidades de colaboração e alteração nas rotinas de produção de notícias, a começar pela fase de pesquisa. A Internet e as bases de dados permitem procurar informação muito mais depressa, e por vezes, de forma gratuita, sem precisarmos de fazer deslocações ao arquivo da empresa ou a uma biblioteca distante. Para além disso, a pesquisa pode ser feita a qualquer hora do dia, em qualquer dia da semana, no conforto do lar ou no local de trabalho. Poupa-se tempo e dinheiro. M^a Bella Pallomo (*apud* Calvo, Corpus e Lozano, 2011: 27) refere que “as mudanças que a Internet trouxe à profissão se manifestam principalmente em três áreas: relações humanas, a melhoria do trabalho e as reduções de tempo e dinheiro.”

Mas o primeiro problema que advém da procura de informação na Internet é a fiabilidade da mesma, uma vez que qualquer pessoa pode disponibilizar informações naquela plataforma, sem indicar fontes e organizando essas informações sem seguir critérios. Numa biblioteca ou no arquivo da empresa, este problema não se coloca. As matérias são organizadas por autor, tema, ano de publicação, etc.

João Canavilhas refere também as alterações no processo de produção noticiosa na rádio e na televisão com a denominada grande convergência:

“Na rádio e na televisão, os novos softwares possibilitaram igualmente a redução do tempo de produção, mas permitiram ainda que os jornalistas pudessem autonomizar-se, deixando de depender dos editores/montadores para produzirem os seus trabalhos. Muitos dos trabalhos lineares, que eram feitos por editores, são hoje realizados por jornalistas que trabalham com ferramentas informáticas de edição de som e vídeo” (Canavilhas, 2011: 16).

Com outra visão sobre esta realidade, temos Dave McDonald, um técnico multifacetado da ITN – Independent Television News, que tanto filma como edita imagens, e que apresenta as suas dúvidas quanto a esta nova tendência de os jornalistas editarem o seu próprio material. Para ele, os jornalistas apenas têm de se preocupar com a escrita do texto.

“o sonho era que o jornalista se sentasse numa sala de edição e montasse o pacote³³ em conjunto, de modo que não haveria um editor. Mas o problema é que, desta forma, o jornalista teria de obter a história, escrever o texto, e editar o material assim levaria mais tempo. Mas um editor encontraria as cassetes para o jornalista, punhas as imagens à sua disposição e montava-as. Tudo o que o jornalista apenas tem de fazer é preocupar-se em escrever o texto” (Boyd, 2001: 304).

O fator tempo sempre foi crucial na produção noticiosa (o stress da *deadline*) mas agora com a Internet, “os conteúdos dos meios de comunicação passaram a ser disponibilizados simultaneamente em todo o mundo” (Canavilhas, 2011: 17). O problema que adveio desta “corrida” pela informação verifica-se, principalmente, na recolha dos materiais informativos; passou-se a privilegiar o “ser o primeiro a dar a notícia” e só depois confirmar. Isto levanta um problema ainda maior, que é o da credibilidade.

“(…) toda a informação deve ser escrupulosamente verificada e reconfirmada antes de ser transmitida para evitar espalhar boatos. A vontade de ser “o primeiro a dá-la”, pode por vezes levar a erros profissionais bem mais graves, pelas suas consequências, do que o ligeiro atraso do jornalista escrupuloso relativamente aos seus colegas esquecidos da deontologia. O que está em causa é essencialmente a credibilidade do jornalista e dos *media*” (Jespers, 1998: 42).

O jornalista, para acompanhar a corrida desenfreada, que ocorre um pouco por todo o lado, já não tem tempo, como dantes, de *pensar* a informação, e dessa mudança de paradigma de trabalho resultam notícias com informações erradas, não confirmadas e, por vezes, inventadas. “A recolha dos materiais noticiáveis é influenciada pela necessidade de se ter um fluxo constante e seguro de notícias” (Wolf, 2009: 197), mas essa recolha devia fazer-se de forma criteriosa, junto de fontes seguras, e com tempo.

Não se pode admitir a um órgão de informação que goze de um certo prestígio, veicular notícias cuja informação não foi confirmada, pelo facto de outros órgãos de informação procederem desse modo.³⁴ A

³³ Um pacote (“package”) é a designação dada pelos órgãos de informação e comunicação estrangeiros a uma “estória que inclui um ou mais *sound bites*, a narração do repórter, e vídeo.” (Ted White, *Broadcast News Writing, Reporting, and Producing*, Fourth Edition, Oxford, Focal Press, 2005, p. 257).

³⁴ Na BBC, por exemplo, nenhuma informação é tornada pública sem antes ter sido verificada e confirmada por três fontes distintas.

competitividade existe no jornalismo, tal como em outras áreas de trabalho, mas o jornalista, acima de tudo, é responsável pela divulgação do que se passa no mundo e pela construção da realidade social e, portanto, conceitos como a verdade, a exatidão e retidão devem fazer parte do seu trabalho, no que diz, escreve e mostra como, aliás, vem expresso em muitos códigos deontológicos dos jornalistas, em todo o mundo.

Só através de um jornalismo isento, desprovido de interesses políticos, comerciais, doutrinários, etc., se garante a democracia de uma sociedade e o acesso dos cidadãos a notícias verdadeiras, rigorosas e de qualidade.

4 – Trabalhos Práticos do Estágio

Ao longo do estágio, que decorreu de 4 de fevereiro a 2 de maio de 2014, desempenhei várias tarefas. A começar pela revista de imprensa diária, regional e nacional, assim como na Internet, onde recolhi informação, passando pela realização de entrevistas, acompanhamento de equipas de reportagem, tanto para rádio como televisão, telefonemas diários, por vezes, mais do que uma vez ao dia, para os Comandos Distritais de Operações de Socorro (CDOS) de Aveiro, Coimbra e Leiria. Presenciei conferências de imprensa, vi a gravação de “falsos diretos” televisivos, assisti a emissões radiofónicas em direto dos estúdios da Antena 1 em Coimbra, escrevi peças radiofónicas e televisivas, gravei e procedi à montagem das mesmas nos estúdios da RTP.

A montagem dos trabalhos jornalísticos acontecia da seguinte forma: para o caso da rádio, existia mais autonomia, i.e., após o trabalho de campo que tivesse ido fazer, juntamente com um jornalista da rádio, esse jornalista dizia-me qual a duração que a peça deveria ter e então, íamos para a redação, e através do programa de edição de áudio Dalet Plus, passávamos os registos digitais brutos do gravador para o computador, para posterior audição e escrita do texto. Assim que as declarações dos entrevistados tivessem sido selecionadas e ordenadas por mim (estes registos que acompanham o texto jornalístico, na rádio tomam a designação de RD – Registo Digital), o jornalista lia o meu texto, corrigia-o, e verificava se este

estava adequado ao ângulo do trabalho e se “batia certo” com os RDs que eu escolhera. Assim que estivesse tudo coerente - texto e RDs -, ia gravar o texto nos estúdios da Antena 1 e depois procedia à montagem da peça no computador, através do software Dalet Plus. Quando necessário, podia enriquecer as peças com sons ou músicas retiradas de algum sítio na Internet, tendo sempre o cuidado de verificar se estavam sujeitas a direitos autorais e qual a utilização que estas podiam ter. No final, mostrava o resultado ao jornalista e este avaliava o trabalho. Depois, eu guardava esse trabalho, para ficar com um portfólio pessoal, uma vez que os estagiários não podem dar voz a peças radiofónicas nem televisivas, na RTP.

No caso da televisão, o procedimento acontecia do seguinte modo: ao final do dia, perguntava ao coordenador do Centro Regional da RTP em Coimbra que trabalhos estavam agendados para o dia seguinte; fotocopiava a comunicação que é enviada aos jornalistas a pedir o trabalho com as informações-base, e seguidamente pesquisava mais informação na Internet e no software ENPS,³⁵ para me inteirar do assunto e formular questões para, quando saísse em reportagem com a equipa designada, saber qual o ângulo do trabalho e em que programa (Portugal em Direto, Jornal da Tarde, Telejornal) entraria a peça. Depois, acompanhava a equipa de reportagem e ia anotando os meus apontamentos. Nalgumas situações, tive a oportunidade de entrevistar os intervenientes e colocar as questões que achasse importantes. Após o trabalho de campo, regressávamos ao Centro Regional da RTP em Coimbra. A escrita do texto, à semelhança do que acontecia para rádio, era feita depois de ouvidas/vistas as declarações dos intervenientes, nas ilhas de montagem, e escolhidas as frases pretendidas. Findo esse processo, mostrava o meu *off* ao jornalista que tinha ido acompanhar no trabalho de campo, e este fazia as devidas correções. Deste modo, tinha o aval do jornalista para poder montar a peça televisiva. Quando referi que, no caso da rádio existia mais autonomia foi porque, para a montagem das peças

³⁵ ENPS - Electronic News Production System. Software desenvolvido pela Associated Press para a produção, edição, distribuição, organização e execução de noticiários. Introduzido pela primeira vez na BBC no Reino Unido em 1997, está instalado por empresas líderes em todo o mundo, que operam na área da comunicação. ENPS é usado por mais de 600 000 jornalistas, escritores, editores e produtores em mais de 800 estações de televisão, rádio e rede de redações em mais de 60 países. Mais informação no sítio oficial: www.enps.com

televisivas, necessitava da ajuda do repórter de imagem que tinha ido acompanhar, pois apenas os repórteres/editores de imagem possuem os conhecimentos técnicos para operar o material e software de edição de imagem existente nas ilhas de montagem da RTP. Por esta razão, estava sempre dependente da disponibilidade do editor para ajudar à montagem das minhas peças televisivas. No final do estágio, juntei as peças que fiz para televisão e rádio, enriquecendo, assim, o meu portfólio pessoal.

4.1 – Trabalhos para rádio

Durante o estágio, acompanhei jornalistas da RTP Coimbra, em alguns trabalhos que lhes foram solicitados pelos superiores hierárquicos. Por vezes, o próprio jornalista sugeria que determinado acontecimento fosse alvo de tratamento noticioso, por reunir qualidades de valor-notícia, como o ser interessante, relevante, ter o valor de proximidade, atualidade e novidade.

Um dos trabalhos que tive oportunidade de acompanhar foi a apresentação do Centro de Documentação 25 de Abril da Universidade de Coimbra, localizado na Alta da cidade de Coimbra, por ocasião da comemoração dos 40 anos da instauração da democracia em Portugal. Este Centro vai ter novas instalações, que estão neste momento em fase de acabamento, e espera abrir portas em 2015. Como o espólio que possui é constituído por muito material, desde cartazes, livros, jornais e revistas, gravações de som e de vídeo, etc., tudo referente a este período da História Portuguesa na segunda metade do século XX, a jornalista Carolina Ferreira deu a conhecer o centro, através de uma visita guiada pela diretora-adjunta Natércia Coimbra. Foram, ainda, entrevistados o diretor do centro, Rui Bebiano, e o reitor da Universidade de Coimbra, João Gabriel Silva.

A reportagem radiofónica³⁶ foi emitida no programa Portugal em Direto, da Antena 1, no dia 23 de abril de 2014.

³⁶ Disponível em: www.rtp.pt/play/p1468/e151753/reportagem-tarde-antena-1 [Acedido em 06/07/2014].

Outro trabalho que acompanhei foi a pré-inauguração do Centro de Ensaios Clínicos do Centro Hospitalar e Universitário de Coimbra (CHUC), no dia 3 de abril de 2014. O jornalista radiofónico Joaquim Reis entrevistou o presidente do conselho de administração do CHUC, Martins Nunes, e o diretor da unidade de inovação e desenvolvimento do CHUC, Pedro Monteiro. A peça³⁷ incidiu sobre os objetivos do novo centro, mais-valias para a região e para o Centro Hospitalar e Universitário de Coimbra, e o custo das instalações.

O Centro de Ensaios Clínicos seria inaugurado, oficialmente, no dia 4 de abril de 2014.

4.2 – Trabalhos para televisão

Durante o tempo que decorreu o estágio, procurei, igualmente, acompanhar o máximo de trabalhos televisivos para aprofundar mais os meus conhecimentos na área. Dentre os vários trabalhos que tive oportunidade de acompanhar, selecionei os equivalentes aos trabalhos previamente apresentados para rádio, de modo a analisar as principais diferenças ou semelhanças, no trabalho final, visto que se trata dos mesmos temas.

O trabalho televisivo referente ao Centro de Documentação 25 de Abril³⁸ (CD25A) foi a emitir no dia 23 de abril de 2014, por ocasião das comemorações dos 40 anos da efeméride portuguesa, no programa informativo Portugal em Direto, da RTP 1. Este programa, que só noticia assuntos nacionais, tem a total colaboração dos centros regionais da RTP, espalhados pelo país, e funciona no formato de reportagens, apresentando o jornalista *in loco*, à conversa com os intervenientes, de modo a fazer “visitas guiadas”, explicando aos telespectadores o que podem encontrar nos locais que noticiam.

³⁷ Disponível em: <http://www.rtp.pt/noticias/index.php?article=728190&tm=8&layout=123&visual=61>
[Acedido em 06/07/2014].

³⁸ Disponível em: www.rtp.pt/play/p1398/e151760/portugal-em-direto [parte 1].
Parte 2 disponível em: <http://www.rtp.pt/play/p1398/e151760/portugal-em-direto/348510>
[Acedido em 06/07/2014].

O trabalho contou, igualmente, com as entrevistas ao diretor do CD25A, Rui Bebianco, da diretora-adjunta Natércia Coimbra, e do reitor da Universidade de Coimbra, João Gabriel Silva.

A reportagem é da autoria da jornalista Carolina Ferreira, com imagem e edição do repórter de imagem Pedro Teodoro.

O trabalho televisivo, referente ao Centro de Ensaios Clínicos³⁹ entrou “no ar” no dia 4 de abril, no Jornal da Tarde da RTP 1, e é da autoria do jornalista Paulo Rolão, com imagem e edição do repórter de imagem Pedro Teodoro.

O Centro de Ensaios Clínicos do Centro Hospitalar e Universitário de Coimbra (CHUC) foi inaugurado, oficialmente, dia 4 de abril de 2014, embora a captação das imagens e entrevistas com os responsáveis tenha sido realizada no dia anterior, de modo a fazer-se a “pré-inauguração”. Este novo centro situa-se no antigo Hospital dos Covões, mas os intervenientes foram entrevistados nas instalações dos Hospitais da Universidade de Coimbra.

Tal como o nome indica, o Centro de Ensaios Clínicos vai servir para testar medicamentos, em pessoas saudáveis, de modo a avaliar a segurança e tolerância dos fármacos em seres humanos, obrigando ao internato dos voluntários nas instalações, por período não superior a dois dias. Para além disso, serão testados, também, novos equipamentos médicos.

Foram entrevistados, tal como referido no trabalho para rádio, o presidente do conselho de administração do CHUC, Martins Nunes, e o diretor da unidade de inovação e desenvolvimento do CHUC, Pedro Monteiro.

4.3 – Análise dos trabalhos

Os trabalhos que a seguir analisarei foram produzidos para rádio e televisão e referem-se a dois temas diferentes. Um dos trabalhos refere-se às

³⁹ Disponível em:

<http://www.rtp.pt/noticias/index.php?article=728439&tm=8&layout=122&visual=61>

[Acedido em 06/07/2014].

notícias sob o título “Centro de Documentação 25 de Abril”, produzidas para os programas “Portugal em Direto”, da RTP generalista e da rádio Antena 1. Tanto a peça televisiva como a radiofónica datam de 23 de abril de 2014. Os outros trabalhos correspondem às notícias “Centro de Ensaios Clínicos”, produzidas para o programa “Jornal da Tarde”, da RTP, do dia 4 de abril de 2014, e para a rádio Antena 1, no dia 3 de abril de 2014.

Em seguida, referir-me-ei ao contexto em que estes trabalhos foram produzidos, procurando simultaneamente descrever a forma utilizada para os apresentar e o seu conteúdo temático.

4.3.1 - Análise das peças sobre o Centro de Documentação 25 de Abril

Por ocasião das comemorações dos 40 anos da instauração da democracia em Portugal, a RTP (rádio e televisão) elaborou uma série de trabalhos relacionados com a efeméride, através de reportagens áudio e vídeo, ilustrando diferentes assuntos. Em Coimbra, a jornalista Carolina Ferreira e o repórter de imagem Pedro Teodoro deram a conhecer o Centro de Documentação 25 de Abril da Universidade de Coimbra, através do programa Portugal em Direto, que tem lugar na RTP, às 18 horas, durante a semana e conta com a apresentação da jornalista Dina Aguiar. Este programa é diferente do Jornal da Tarde ou mesmo do Telejornal da RTP, pois apenas noticia assuntos nacionais, com grande enfoque nas regiões. Para tal, conta com a colaboração dos Centros Regionais de que a RTP dispõe por todo o país.⁴⁰ O seu equivalente na rádio toma o mesmo nome, e tem também emissão diária.

⁴⁰ Pode ler-se na página de apresentação do programa “Portugal em Direto”, no sítio oficial da RTP: “(...) Sem menosprezar a atualidade, procura dar mais atenção aos assuntos e às pessoas da nossa terra o que diferencia o seu conteúdo da restante informação funcionando como um complemento informativo do telejornal por exemplo, cujos destaques são diariamente apresentados pelo próprio Pivot de serviço. O programa abriu um espaço para que espectador se possa expressar diretamente fazendo ouvir o seu protesto ou a sua denúncia, e para a informação meteorológica... importante para os meios rurais, sobretudo. O Programa procura dar protagonismo aos valores positivos e às pessoas que trabalham e se distinguem para fazer um Portugal melhor (...)” [Acedido em 25/07/2014]. Disponível em: <http://www.rtp.pt/programa/tv/p19455>]

O Centro de Documentação 25 de Abril (CD25A) possui um acervo com mais de 4 milhões de documentos, entre livros, jornais e revistas, panfletos e comunicados, arquivos fotográficos e documentos áudio e vídeo, além de outras peças. Criado no âmbito da Reitoria da Universidade de Coimbra, em 1984, o Centro visa recuperar, organizar e pôr à disposição da investigação científica o material documental relativo à transição democrática portuguesa, mas também sobre a segunda metade do século XX português.

Como o CD25A tem recebido cada vez mais material por parte de doadores, as instalações atuais, na Alta de Coimbra, começam a ser pequenas para albergar todo o espólio, então estão a ser construídas novas instalações na Rua da Sofia, zona Baixa de Coimbra, e espera-se que estejam prontas em 2015.

As reportagens televisivas do Portugal em Direto dividem-se em duas partes sendo uma delas apresentada antes, e a outra depois do intervalo do programa. Cada uma das partes da reportagem televisiva sobre o Centro de Documentação 25 de Abril dura cerca de seis minutos, como a Tabela 1 demonstra. No que diz respeito ao trabalho radiofónico sobre o mesmo assunto – cuja descrição também consta da Tabela 1 –, a duração desta reportagem é menor e corresponde a uma única peça.

Tabela 1 – Forma e conteúdo temático das peças sobre o Centro de Documentação 25 de Abril							
Meio	Autor	Data	Dia da Semana	Programa	Duração (min. segs)	Tema	Tipo de peça
Rádio	Carolina Ferreira	23/04/2014	quarta-feira	Portugal em Direto Antena 1	7 min.	Sociedade	Reportagem
Televisão	Carolina Ferreira/ Pedro Teodoro	23/04/2014	quarta-feira	Portugal em Direto RTP 1	~ 13 min. (6min. 29segs +6min 56 segs)	Sociedade	Reportagem e falso direto

Tabela 1 - Forma e conteúdo temático das peças sobre o Centro de Documentação 25 de Abril

A reportagem radiofónica começa com uma “intro” de 26 segundos, com excertos de músicas relacionadas com o 25 de abril, e que fazem parte do espólio do Centro de Documentação. Seguidamente, a jornalista faz a contextualização:

“40 anos depois do fim da Ditadura, visitamos um dos maiores acervos sobre a transição democrática portuguesa. A diretora-adjunta guia-nos, por entre mais de 4 milhões de documentos nos mais variados formatos e suportes. Natércia Coimbra começa por destacar o original do plano das operações militares de ’74.”

A diretora-adjunta explica em que consiste o documento, quantas páginas tem, e mostra também um pacote do primeiro trigo colhido depois da reforma agrária.

Após esta introdução, a reportagem segue para outra sala do Centro de Documentação 25 de Abril (CD25A) – a sala dos jornais. Carolina Ferreira surpreende-se (e, conseqüentemente, desperta a curiosidade no ouvinte, também) ao deparar-se com “um objeto que nada tem a ver com imprensa. O que é isto?”, pergunta. Natércia Coimbra responde, dizendo que se trata do “blusão militar usado por Otelo Saraiva de Carvalho, no momento em que coordenava as operações do 25 de abril.”

Depois, a diretora-adjunta explica que tipo de documentos fazem parte da sala dos jornais (aproximadamente, 2 mil títulos de jornais raros) e a visita guiada segue para a sala das revistas. Nesta sala pode-se consultar revistas, boletins, papéis privados de militantes, militares e políticos, e que diferenciam este Centro de Documentação de outros. Natércia Coimbra justifica a “especialidade” do CD25A em acolher documentação mais rara, relativa a este período da História Portuguesa, e que tem vivido da generosidade e da consciência cívica de quem faz doações de arquivos (o centro conta já com 340 doações). Um exemplo é o arquivo pessoal de Maria de Lourdes Pintasilgo.

Carolina Ferreira introduz um novo assunto na reportagem, mencionando os problemas de falta de espaço e de pessoal do Centro de Documentação, de acordo com Rui Bebião, diretor do Centro. Este explica que estão a decorrer obras para as novas instalações, na Rua da Sofia, no antigo Colégio Universitário do séc. XVI. O diretor defende, ainda, a necessidade de reforçar o quadro de pessoal, atendendo ao volume de trabalho (atualmente, trabalham sete pessoas no Centro de Documentação 25 de Abril).

Como este Centro faz parte do património universitário, era imprescindível ouvir o expoente máximo da Universidade de Coimbra –

surge, então, a entrevista ao reitor João Gabriel Silva. O reitor explica que, de momento, a prioridade está na mudança de instalações e que a questão do aumento do número de funcionários é para estudar depois.

João Gabriel Silva destaca a importância do CD25A, nascido uma década após a Revolução, e que tem como objetivos “preservar, estudar e divulgar, e disponibilizar aquilo que fez a nossa História.”

É possível, também, consultar o acervo do CD25A, através da Internet e, atualmente, a página online é a principal mostra do arquivo, com mais de 200 mil documentos. O diretor do Centro recorda como surgiu o sítio online do Centro de Documentação 25 de Abril, em 1994, numa altura em que a Internet não era tão utilizada como hoje. Destaca a importância da página, quer para quem deseja conhecer o CD25A, quer para efeitos de investigação. Afirma que, anualmente, acedem à página do Centro mais de um milhão de visitantes.

Depois, a reportagem volta à diretora-adjunta, que mostra um extrato de uma entrevista em vídeo, a Salgueiro Maia, em 1991. Esta entrevista – diz a diretora – faz parte do projeto de História Oral do Centro de Documentação. Mostra mais exemplos de documentos que podem ser consultados a partir do sítio na Internet, como galerias de fotos e ficheiros áudio. Natércia Coimbra dá-nos a ouvir um bocado de uma música do “Grupo Outubro” denominada “Quem trabalha tem direito ao pão”, muito conhecida depois do 25 de abril.

A reportagem termina com a jornalista, acompanhada de uma música de fundo, de Carlos Paredes (remetendo o ouvinte à cidade de Coimbra, por associação ao fado), enquanto explica que o Centro, apesar de ter aberto portas para acolher documentos relativos ao 25 de abril, é hoje mais abrangente, e acaba por ser um dos maiores arquivos sobre a História Portuguesa da segunda metade do séc. XX.

No que diz respeito à reportagem televisiva, sobre o Centro de Documentação 25 de Abril, é apresentada pela pivô Dina Aguiar, no programa “Portugal em Direto”, dizendo que a jornalista Carolina Ferreira vai dar a conhecer o Centro através de uma visita guiada.

Em falso direto, dentro das instalações, Carolina Ferreira introduz o Centro de Documentação 25 de Abril da Universidade de Coimbra,

contextualizando e tentando cativar o telespectador para o que vai poder ver na reportagem. Faz referência à data de inauguração (1984) e quais as intenções do Centro. Aparece “Natércia Coimbra – diretora-adjunta do CD25A”, no oráculo, que começa por destacar o documento original do plano das operações militares do 25 de abril de 1974.

Acompanhando sempre o movimento dos intervenientes, a câmara foca diversas fotografias e um pacote de trigo, em cima de uma mesa, que a diretora-adjunta explica ser uma oferta do primeiro trigo colhido depois da reforma agrária, e que era vendido na Festa do Avante.

Como a reportagem foi editada e não é transmitida em direto (como se faz crer), a jornalista Carolina Ferreira e a diretora-adjunta aparecem a entrar numa outra sala – a sala dos jornais. Um blusão pendurado num cabide, junto a uma estante, chama a atenção, e a jornalista pergunta por que está aquele objeto numa sala que nada tem a ver com imprensa. A diretora-adjunta explica que se trata do blusão militar que Otelo Saraiva de Carvalho envergava aquando da Revolução do 25 de abril.

Segue-se a explicação da diretora, quanto à recolha dos títulos de jornais mais raros, existentes no CD25A (cerca de 2 mil) enquanto mostra alguns exemplos. Passam a uma outra sala - a sala das revistas, boletins e cartazes. O repórter de imagem faz uma panorâmica, mostrando alguns dos cartazes mais emblemáticos do 25 de abril.

A visita guiada prossegue, e a jornalista conversa com a diretora-adjunta, que afirma serem, já, mais de 320 as doações recebidas, de documentos raros, e que os cerca de 340 doadores entregam materiais e informações que não é hábito terem tratamento nos arquivos públicos, o que diferencia este Centro de Documentação dos demais existentes no país.

A primeira parte da reportagem televisiva termina com a jornalista Carolina Ferreira dizendo que “para consultas mais ligeiras ou para quem está longe, o Centro de Documentação 25 de Abril da Universidade de Coimbra disponibiliza, também, parte do acervo através da Internet. É esse trabalho que vamos conhecer daqui a pouco.” Assim, a primeira parte da reportagem tem a duração de 6 minutos e 29 segundos.

A segunda parte da reportagem retoma, então, de onde ficou a promessa de exibição da montra online do Centro. E é de uma sala com

peças a trabalhar em frente ao computador, que a jornalista introduz o novo rumo da reportagem. Questiona o diretor Rui Bebiano, quanto à prioridade na disponibilização dos materiais online do CD25A, e este explica como e quando surgiu a página do Centro. Informa que, atualmente, o Centro de Documentação 25 de Abril possui 200 mil documentos arquivados online, que os investigadores poderão consultar de início, mas que para consultas mais pormenorizadas, podem visitar as instalações. Refere também os acessos anuais à plataforma online – mais de um milhão.

Seguidamente, a jornalista entra na sala onde estão pessoas a trabalhar no computador e pergunta à diretora-adjunta o que preparou para mostrar aos telespectadores. Natércia Coimbra exhibe alguns documentos que podem ser acedidos através da página do CD25A na Internet, começando por um excerto da primeira entrevista do projeto de História Oral do Centro de Documentação 25 de Abril - uma entrevista ao militar Salgueiro Maia, que data de 1991. Mostra, depois, um ficheiro áudio, uma música do “Grupo Outubro” intitulada “Quem trabalha tem direito ao pão”. Enquanto a música segue, vemos algumas fotografias que o Centro disponibiliza na Internet.

Depois, a jornalista volta à conversa com Rui Bebiano, perguntando quais as maiores dificuldades que afetam o Centro. O diretor refere as necessidades de espaço e de pessoas. Com um volume de documentação cada vez maior e mais diversificado, as instalações atuais “são muito insuficientes”, lamenta o diretor, informando que estão a ser construídas novas instalações na Baixa da cidade. A jornalista intervém, lembrando o diretor do Centro de que, noutras entrevistas o próprio havia sublinhado a necessidade de mais pessoal para integrar a equipa de trabalho do CD25A. Rui Bebiano confirma esse desejo mas reconhece que, com os cortes na Universidade, é complicado.

Carolina Ferreira refere que “em entrevista à RTP, o reitor da Universidade de Coimbra esclarece que, para já, a prioridade está na mudança de instalações. Quanto ao reforço do quadro de pessoal, João Gabriel Silva diz que «depois se vê».”

Fruto de processo de edição, aparece o reitor, em entrevista, com a Torre da Cabra, em plano de fundo, dizendo que a universidade vai resolver

o problema das instalações, mas que, de momento, não vai ser possível contratar mais pessoas.

A reportagem volta às instalações do Centro de Documentação 25 de Abril, e a jornalista Carolina Ferreira despede-se, referindo a data de inauguração do Centro (1984), dez anos depois da Revolução, e o facto de aquele se ter tornado num dos maiores arquivos de documentação da segunda metade do século XX português. A duração desta última parte da reportagem é de 6 minutos e 56 segundos.

4.3.2 - Análise das peças sobre o Centro de Ensaios Clínicos

No dia 4 de abril de 2014, o Centro Hospitalar e Universitário de Coimbra (CHUC), inaugurou o Centro de Ensaios Clínicos, no Hospital dos Covões, em Coimbra.

Este Centro é o primeiro no país, e vai realizar testes, maioritariamente, em pessoas saudáveis, no sentido de avaliar a segurança e tolerância dos medicamentos em seres humanos. Os primeiros ensaios arrancarão no fim do mês de maio e, de acordo com os responsáveis, vão permitir que os doentes tenham acesso mais precocemente a medicamentos e a equipamentos inovadores.

O investimento nas infraestruturas é inferior a cem mil euros e foi completamente apoiado por mecenas.

Segundo os responsáveis, este Centro Nacional de Ensaios Clínicos do Serviço Nacional de Saúde vai colocar Portugal na rota internacional deste tipo de investigação, com vantagem para os doentes.

A RTP enviou, para o local, no dia 3 de abril, os jornalistas Paulo Rolão (televisão) e Joaquim Reis (rádio), juntamente com Pedro Teodoro, repórter de imagem.

À semelhança do que foi feito para descrever as peças sobre o Centro de Documentação 25 de Abril, caracterizámos as produzidas sobre o Centro de Ensaios Clínicos. A Tabela 2 dá conta da forma e conteúdo temático dessas mesmas peças.

Tabela 2 – Forma e conteúdo temático das peças sobre o Centro de Ensaios Clínicos							
Meio	Autor	Data	Dia da Semana	Programa	Duração (min. segs.)	Tema	Tipo de peça
Rádio	Joaquim Reis (com Marcos Celso)	03/04/2014	quinta-feira	Antena 1	1 min. 11segs.	Saúde	Notícia
Televisão	Paulo Rolão/Pedro Teodoro	04/04/2014	sexta-feira	Jornal da Tarde	1 min.30 segs.	Saúde	Notícia

Tabela 2 - Forma e conteúdo temático das peças sobre o Centro de Ensaios Clínicos

A peça radiofónica começa por informar o ouvinte sobre o local onde se situa o novo Centro de Ensaios Clínicos – antigo Hospital dos Covões, em Coimbra. O jornalista explica para que servirá este Centro de Ensaios Clínicos de Fase I – “testar a tolerância e segurança a novos fármacos em pessoas saudáveis”, e introduz o presidente do Centro Hospitalar e Universitário de Coimbra (CHUC), Martins Nunes, que ressalva a importância do novo complexo.

De seguida, o jornalista introduz um tópico importante na notícia, que é o fator preço/qualidade, que poderá atrair indústrias farmacêuticas nacionais e internacionais para este novo serviço. Pedro Monteiro, responsável pelo Centro de Ensaios, explica que os “custos de contexto do novo Centro são mais baixos do que a média dos países ocidentais.”

Uma vez explicitada a finalidade do Centro de Ensaios Clínicos, o jornalista Joaquim Reis diz, com base em informações confirmadas pelo presidente do conselho de administração do CHUC, quanto custou o novo complexo, e quem financiou o projeto – “custo de cem mil euros, totalmente financiado, ao abrigo do mecenato, por entidades públicas, mas também pela própria indústria farmacêutica.”

A administração do CHUC pretende, assim, que este Centro de Ensaios Clínicos gere receita, ajudando a compor um orçamento atingido pelos cortes, nos últimos anos, no Serviço Nacional de Saúde, conclui o jornalista.

No que diz respeito à peça televisiva, esta inicia com um plano geral da entrada do Centro de Ensaios Clínicos – Fase I enquanto Paulo Rolão explica ao telespectador que se trata da “primeira unidade do género

implantada num hospital público”, que vai aliar investigação e rapidez no acesso a terapias inovadoras.

O repórter de imagem Pedro Teodoro enquadra Pedro Monteiro – responsável pelo Centro de Ensaios Clínicos, que indica os objetivos do novo investimento:

“Trazer para Portugal novos projetos de investigação; apoiar os nossos investigadores em investigação clínica de sua própria lavra e, por essa via, permitir que mais doentes possam beneficiar mais precocemente de novos medicamentos, novos dispositivos e novas tecnologias de saúde.”

Uma porta de um dos novos quartos do Centro de Ensaios Clínicos abre-se, e temos diante de nós as instalações; uma imagem complementada com o *off* do jornalista, que diz que os doentes terão benefícios, traduzidos, igualmente, no ganho com as receitas geradas pela Unidade.

Esta frase introduz o presidente do conselho de administração do CHUC, Martins Nunes, que explica a importância do Centro de Ensaios Clínicos para as empresas:

“Permite às empresas portuguesas, que normalmente faziam esses estudos no estrangeiro, que os possam fazer cá, mas também permite que empresas estrangeiras que faziam noutros países estes ensaios, estes estudos, possam – se assim o entenderem, se nós conquistarmos esse mercado -, serem feitos em Portugal.”

Esta declaração do presidente do conselho de administração do CHUC é colada à declaração do diretor do Centro de Ensaios Clínicos, Pedro Monteiro, que ressalva existirem “muito boas empresas em Portugal, que fazem produtos e serviços e tecnologias na área da saúde”, e que querem estar abertos a essas inovações. Novamente, o presidente do conselho de administração do CHUC, complementa as palavras do diretor do Centro, trazendo o fator das receitas, que esperam ver geradas pelo novo investimento: “Ele [o Centro de Ensaios Clínicos] é seguramente autossustentável e terá que gerar receitas para ajudar a sustentabilidade do próprio hospital.”

A notícia termina com o jornalista Paulo Rolão voltando à premissa, i.e., referindo novamente onde vai funcionar o novo centro e suas valências:

“(…) em instalações próprias do Hospital dos Covões, pertencente ao Centro Hospitalar e Universitário de Coimbra. Um investimento de cem mil euros, para permitir que sejam testados, pela primeira vez, medicamentos em doentes – alvo saudáveis, que aqui vão permanecer, no máximo de 48 horas.”

A peça termina com uma imagem de uma porta a fechar, dando a ideia de que assim que os doentes testam os medicamentos e equipamentos, durante o tempo determinado, estão aptos a voltar às suas casas.

4.3.3 – Análise comparativa

Agora que apresentámos as peças radiofónicas e televisivas sobre o Centro de Documentação 25 de Abril da Universidade de Coimbra e sobre o Centro de Ensaios Clínicos podemos tecer algumas considerações acerca destes trabalhos. Na revisão bibliográfica deste relatório identificámos características próprias inerentes aos *media* rádio e televisão. Vimos também algumas definições de valores-notícia e apresentámos recomendações e linhas-guia no tratamento da informação.

Uma observação rápida às reportagens sobre o Centro de Documentação 25 de Abril permite-nos constatar que ambas refletiram todos os pontos do assunto: apresentaram as instalações, os responsáveis pela manutenção do Centro (diretor e diretora-adjunta), quem tutela o Centro (Universidade de Coimbra, representada pelo reitor); foi, ainda explicado que problemas afetam o CD25A, e quais as mais-valias que o mesmo possui, através da mostra do seu variado espólio.

O motivo da apresentação deste Centro de Documentação 25 de Abril da Universidade de Coimbra, prende-se – como já se referiu – com as comemorações dos 40 anos da Revolução Portuguesa que instaurou a democracia e a liberdade no nosso país. O valor-notícia escolhido para a realização destas reportagens parece-nos ser, assim, a cobertura de uma efeméride nacional (que tem inerentes a atualidade, proximidade e interesse).

As reportagens - radiofónica e televisiva – através da incorporação de sons, imagens, músicas e depoimentos, conseguiram, cada uma, fazendo uso de diferentes técnicas de tratamento para cada um dos meios, transportar o ouvinte e o telespectador, respetivamente, para o Centro de Documentação 25 de Abril da Universidade de Coimbra, dando-lhe a conhecer um local de importância para a cidade, e também para toda a gente no mundo, que se

interesse pela História da segunda metade do século XX português, através da possibilidade de consulta do sítio na Internet do Centro de Documentação, seja para investigação ou, simplesmente, por curiosidade.

Verificámos que a jornalista Carolina Ferreira adaptou a reportagem televisiva à rádio, fazendo os devidos ajustes, e em ambos os produtos foram utilizadas frases curtas, declarativas e diretas, tendo a jornalista mantido os principais tópicos das entrevistas em ambos os meios. A este respeito, poderíamos questionar: “Um jornalista que tenha de cobrir uma história para rádio e para televisão tem de entrevistar duas vezes a(s) mesma(s) pessoa(s)?” Num mundo ideal, a resposta seria “sim”, porque a técnica de entrevista seria diferente, e o jornalista aplicaria diferentes técnicas de produção e equipamentos mas, na realidade, o que acontece é que o jornalista conduz a entrevista para televisão e depois, simplesmente, transfere o áudio da entrevista e edita-o num programa próprio de edição de áudio. O(s) entrevistado(s) agradece(m) por não ter(em) de repetir o processo, e poupa-se tempo e recursos. Pode não ser o ideal, mas na prática, é o que acontece na maioria das empresas de informação que trabalham em mais do que um *medium*.

Em relação às peças sobre o Centro de Ensaios Clínicos teceremos, agora, algumas considerações. Começando pela análise à notícia radiofónica, observamos que o jornalista começou por situar o novo complexo clínico no espaço do [devoluto] Hospital dos Covões, em Coimbra. Desta forma, o ouvinte, ao sintonizar a rádio e ao deparar-se com aquela notícia, ficaria, de antemão, a saber a localização geográfica do Centro de Ensaios Clínicos.

Um investimento na saúde, como representa este projeto, e particularmente, para a cidade de Coimbra, requer a explicação dos seus objetivos e importância. A entrevista ao presidente do conselho de administração do CHUC, Martins Nunes, vem dar essa resposta, assim como o depoimento de Pedro Monteiro, responsável pelo Centro de Ensaios. Só por aqui, percebemos o valor-notícia que este acontecimento (inauguração do Centro de Ensaios Clínicos) comporta: não só o acontecimento em si, porque, uma vez inaugurado, não significa que perca a sua importância, mas todas as receitas que daí advierem, para a saúde da

zona Centro do país; para o equilíbrio do orçamento do próprio CHUC; para as indústrias que pretenderem fazer uso das valências do centro clínico; para os investigadores nacionais e internacionais, e o mais importante, para os doentes que irão beneficiar de medicamentos e equipamentos inovadores mais cedo.

Valores-notícia como atualidade, novidade, proximidade, relevância e significatividade do acontecimento, quanto à evolução futura do Centro de Ensaio Clínicos enquadram-se, desta forma, aqui, para a escolha do evento resultar em notícia.

Por seu lado, a notícia televisiva sob o mesmo tema, termina com uma informação pela qual começou a sua equivalente na rádio: a localização do novo Centro de Ensaio Clínicos. Este pormenor não acontece por acaso, pois, como vimos na literatura, as informações da premissa devem voltar a ser repetidas no final das peças televisivas, porque o telespectador memoriza mais e melhor as últimas informações.

Vimos que o repórter de imagem procurou captar imagens que, quase sozinhas, criavam a narrativa da peça: uma imagem em plano de semiconjunto (socorrendo-nos da nomenclatura adotada por Marie-Thérèse Journot) mostrando a porta de entrada no Centro de Ensaio Clínicos, com o nome indicado; depois a entrada, propriamente dita, num dos quartos do novo estabelecimento médico; *inserts* de objetos do quarto como a cama, os ecrãs de monitorização médica, etc., e por fim, uma outra porta que se fecha, simbolizando a saída dos pacientes do Centro, assim que recebem o tratamento inovador. Toda esta sequência é complementada com o *off* do jornalista, que ora introduz os entrevistados, ora fornece informações, como o custo da nova unidade hospitalar, os serviços que ali serão feitos, e até o tempo de permanência máxima dos doentes no Centro de Ensaio Clínicos.

Como a televisão é um *medium* em que o tempo é um fator de ouro, as peças noticiosas têm, em média, um minuto e trinta segundos, e apresentar os factos de maneira concisa e direta é imperativo. Uma maneira de encurtar o tempo numa peça é fazer com que sejam os intervenientes a contar a história, quase sem a intervenção do jornalista. Verificamos isto, nesta peça televisiva, em que as declarações do diretor do Centro de Ensaio Clínicos [00:58 – 1:09 segs.] são coladas às do presidente do conselho de

administração do CHUC [1:10 – 1:16 segs.]. É sempre preferível colocar um *soundbite* dos intervenientes, do que ser o jornalista a transmitir essa informação, por outras palavras. Desta forma, a atribuição de “quem diz o quê” é inequívoca.

Conclusão

Através deste relatório de estágio procurámos encontrar diferenças e semelhanças em conteúdos informativos, produzidos para diferentes *media* (rádio e televisão), através do tema “Redações Integradas”.

Para tal, traçámos um percurso teórico, enquadrando o tema, e procurando explicar rotinas, regras e constrangimentos que os profissionais da informação enfrentam diariamente nas redações de rádio e de televisão.

Partindo de autores de obras de referência, fomos explicando como surge uma notícia ou que qualidades deve um acontecimento comportar para ascender a essa designação. Conceitos das teorias da comunicação como *agenda-setting*, *gatekeeping* e *newsmaking* ajudaram-nos a desenvolver os capítulos que tratam da “maneira de as notícias serem como são”, tendo os valores-notícia, aqui, um importante papel.

Através da análise de quatro trabalhos (dois para rádio e dois para televisão) vimos como se processa a adaptação de uma história, pensada primeiro, para o *medium* televisivo (caso da reportagem do Centro de Documentação 25 de Abril da Universidade de Coimbra), para o *medium* rádio. Aqui, os critérios pessoais do jornalista em adaptar mais, ou menos a história é algo que não controlamos. Mas neste caso concreto, verificou-se que a jornalista que assina ambas as peças, incorporou várias técnicas de captação da atenção do ouvinte (no caso da rádio), como músicas relacionadas com a efeméride, a construção de um texto (guião) narrativo e a escolha de depoimentos dos entrevistados que ilustram bem os cenários. No caso da televisão, o trabalho de equipa é essencial, e só assim o produto final funciona. O repórter de imagem captava diferentes momentos dentro do Centro de Documentação, à medida que a jornalista ia conversando, ora com o diretor do Centro, ora com a diretora-adjunta. A modalidade dos trabalhos do “Portugal em Direto” tem essa particularidade, que é mostrar o

jornalista *in loco*, à conversa com os intervenientes, mas pela entrevista ao reitor da Universidade de Coimbra, que aparece noutra cena, percebemos que a transmissão da reportagem não ocorre em direto, como faz crer o nome do programa. São tudo técnicas e modos de trabalho, que fazem parte do meio televisivo.

Relativamente aos outros trabalhos (notícia radiofónica e televisiva sobre o Centro de Ensaios Clínicos), como se tratava de autores diferentes (um jornalista para rádio e outro para televisão), os trabalhos refletem, também, estilos diferentes. Não há um estilo “certo” de apresentar uma notícia, mas há regras quanto à sua construção, tendo em vista o meio a que se destina. A duração de cada trabalho tem de ter, também, em conta o meio para o qual é produzido. Verificámos que, tanto a notícia de rádio, como a de televisão focam os pontos cruciais do acontecimento (localização do centro hospitalar, custos, funcionalidades, objetivos, etc.), e as notícias resultam num produto completo para os *media* em questão.

Constatámos que as notícias - como revisto pela bibliografia de referência -, em média, são mais curtas do que as reportagens. No caso da televisão, as notícias têm à volta de 1 minuto e 30 segundos, podendo, de acordo com o tema, atingir os dois minutos; no caso da rádio, a duração é ainda mais curta. Quanto às reportagens, seja para rádio ou para televisão, beneficiam de uma duração maior. Os acontecimentos com potencial noticioso são, também, escolhidos de acordo com o meio, e isso vai depender de fatores como a disponibilidade de bom material visual (caso da televisão) ou de elementos que permitam a construção de imagens mentais, pelo ouvinte (caso da rádio), entre outras características.

Considerações finais

A possibilidade de realizar um estágio, numa empresa de informação ou de comunicação, afigurou-se-me, desde logo, como uma opção no segundo ano do mestrado. Ao servir para pôr em prática os ensinamentos aprendidos durante a licenciatura, o estágio é uma oportunidade de tomarmos noção dos nossos limites, mas principalmente, das nossas

capacidades, de gestão de tempo, de organização de ideias, de informações, de interação pessoal...

O estágio possibilitou-me, também, tomar conhecimento do “*business*” jornalístico, através das rotinas na rádio e na televisão, e contactar diretamente com jornalistas profissionais, repórteres de imagem, editores que, de outra forma, talvez não tivesse oportunidade. A cobertura de eventos mediáticos possibilitou-me, ainda, conhecer outros profissionais de outros meios (imprensa regional, agências de notícias) que marcavam presença nos locais, para além dos profissionais da Antena 1 e da RTP.

O acompanhamento de equipas de reportagem de rádio e de televisão permitiu-me, de igual forma, contactar com personalidades do meio político, artístico, científico, desportivo, entre outros, e perceber diferenças na recolha e no tratamento da informação nestes dois *media*. Aliás, saliento esta particularidade da RTP Coimbra, que integra rádio e televisão na mesma redação e permite uma camaradagem entre colegas dos dois meios, que duvido existir numa empresa de grandes dimensões, com outras rotinas, departamentos e secções, em que as pessoas mal se conhecem ou se falam.

Na RTP Coimbra, como é um Centro Regional relativamente pequeno, toda a gente sabe quando uma estagiária vai para lá estagiar, e é bom saber que as pessoas notam a nossa presença, e que não somos apenas “a fly on the wall”, a observar como se faz jornalismo.

Aqui, tive oportunidade de entrevistar pessoas, escrever os meus próprios textos, utilizar os estúdios de rádio, e montar peças televisivas com auxílio dos repórteres de imagem, e visitar instituições e freguesias do Centro do país, que não conhecia.

Optei pelo Centro Regional da RTP em Coimbra para local de estágio, por uma questão de proximidade, e por esta possibilidade de estagiar em dois meios diferentes (rádio e televisão).

A televisão não me era muito “estranha”, uma vez que já trabalhei, a nível de voluntariado, numa televisão de e para estudantes e, portanto, os meus conhecimentos no “fazer jornalismo televisivo” não eram tão “verdes”. Os trabalhos académicos ao longo da licenciatura e do mestrado representam, de igual forma, a iniciação à prática, mas um estágio num órgão de informação, consolida mais as aprendizagens.

Aqui, só tive pena de não poder ser mais autónoma na edição das peças televisivas, como já referi, e de não poder dar voz às peças oficiais. Pude verificar que, na RTP, é usado um software de edição de imagem diferente do que eu estava acostumada a utilizar (*Edios 7* vs. *Adobe Premiere*), mas o importante é mesmo saber quais imagens captar, no momento da reportagem, para depois escrever o texto adequado a esse material, independentemente do programa de edição a usar.

Relativamente à rádio, também fiquei a conhecer um software de edição de som novo: *Dalet Plus*. Nos meus trabalhos académicos costumava usar *Adobe Audition* ou *Audacity*, mas rapidamente me adaptei ao *Dalet Plus*, pois é bastante intuitivo e simples.

Senti um pouco mais de dificuldade na rádio, pois não tinha tanta preparação, em termos de colocação de voz, e sendo esta a ferramenta mais importante neste *medium*, pude contar com os ensinamentos de alguns profissionais que, carinhosamente, me aconselharam a projetar mais a voz e demonstrar segurança e confiança nas palavras, e me ensinaram truques de leitura, dicção e respiração.

No geral, aprendi bastante e cresci a nível pessoal e profissional, com esta experiência que, certamente, não vou esquecer.

Tenho, no entanto, a apontar duas observações negativas: o problema inicial com a minha candidatura ao local de estágio, pela morosidade do processo de admissão, e o facto de não me ter sido designado, desde o primeiro dia, um orientador na entidade acolhedora, pelo que no meu primeiro mês de estágio na RTP Coimbra me senti um pouco desorientada, sem saber o que me era ou não permitido fazer, em termos de trabalho. Mas é com as experiências menos boas que também aprendemos e, se soubermos relativizar, no fundo, são coisas que fazem parte deste caminho por descobrir, que é a vida.

Referências Bibliográficas

- Antón Rodero, E. (2000). *Los principales errores que debe evitar todo locutor de informativos radiofónicos: un estudio práctico*. [Texto publicado en las Actas de las XV Jornadas Internacionales de la Comunicación, Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra]: Universidad Pontificia de Salamanca. [online]. [Acedido em 22/06/2014]. Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/rodero-emma-erros-locutor.pdf>
- Bordieu, P. (1997). *Sobre a Televisão*. Trad. Maria Lúcia Machado. s.e.: Rio de Janeiro.
- Boyd, A. (2001). *Broadcasting Journalism: Techniques of Radio and Television News*. Fifth Edition. Oxford: Focal Press.
- Cabello, A.R.G. (1995). *Construção do texto radiofónico: o estilo oral-auditivo*. São Paulo: Alfa. pp. 145-152.
- Calvo Tejedor, S.; Corpus Silva, R.; Lozano Esquivel, F. (2011). “La formación del periodista 2.0” in Quadros, C.; Caetano, K.; Larangeira, A. (orgs.). *Jornalismo e convergência: ensino e práticas profissionais*. Covilhã: Livros LabCom. pp. 21-39.
- Canavilhas, J. (2011). “Ensino do Jornalismo: o digital como oportunidade” in Quadros, C.; Caetano, K.; Larangeira, A. (orgs.). (2011). *Jornalismo e convergência: ensino e práticas profissionais*. Covilhã: Livros LabCom. pp.13- 20.
- Casey, B. et al. (2002). *Television Studies: The Key Concepts*. London and New York: Routledge.
- Chapman, J. and Kinsey, M. (eds.). (2009). *Broadcast Journalism: A critical introduction*. London and New York: Routledge.
- Cordeiro, P. (2004). *A rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução*. Universidade do Algarve. [online]. [Acedido em 27/06/2014]. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-portugal.pdf>
- Diário da República - 1.a série — Nº 32 — 14 de Fevereiro de 2007. *Rádio e Televisão de Portugal, S. A.* [online]. [Acedido em 13/06/2014]. Disponível em: http://www.erc.pt/documentos/legislacaosite/Lein8_2007.pdf
- Godinho, J. (2011). *As Origens da Reportagem – Televisão*. Lisboa: Livros Horizonte.
- Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo – cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós comunicación. [online]. [Acedido em 11/07/2014]. Disponível em: https://aulavirtual.uji.es/pluginfile.php/1638613/mod_resource/content/1/Gomis_Lorenzo_-_Teoria_Del_Periodismo_214pag_.pdf
- Jespers, J.-J. (1998). *Jornalismo Televisivo: Princípios e Métodos*. Trad. Rita Amaral. Coimbra: Minerva.

Journot, M.-T. (2009). *Vocabulário de cinema*. Trad. Pedro Elói Duarte. Lisboa: Edições 70.

Lopes, F. (1999). *O Telejornal e o Serviço Público*. Coimbra: Minerva.

McLuhan, M. (2008). *Compreender os Meios de Comunicação – Extensões do Homem*. Trad. José Miguel Silva. Lisboa: Relógio D'Água.

Meditsch, E. (1995). *Sete meias-verdades e um lamentável engano que prejudicam o entendimento da linguagem do radiojornalismo na era eletrônica*. Palestra à Licenciatura em Jornalismo da Universidade de Coimbra, em 9 de novembro de 1995. [online]. [Acedido em 20/06/2014].

Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-meias-verdades.html>

Meditsch, E. (1997). *A nova era do rádio: o discurso do radiojornalismo enquanto produto intelectual eletrônico*. [online]. [Acedido em 20/06/2014]. Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/meditsch-eduardo-discurso-radiojornalismo.pdf>

Meditsch, E. (2008). *O pecado original da mídia: o roteiro de A Guerra dos Mundos*. [online]. [Acedido em 10/07/2014].

Disponível em: <http://bocc.unisinos.br/pag/meditsch-eduardo-guerra-dos-mundos.pdf>

Mesquita, M. (2003). *O Quarto Equívoco: O poder dos media na sociedade contemporânea*. Coimbra: Minerva.

Mitchell, L. (2009). “Painting pictures 2: writing, editing and packaging for radio” in Chapman, J. and Kinsey, M. (eds). *Broadcast Journalism: A critical introduction*. London and New York: Routledge. pp. 116-125.

Orlebar, J. (2009). “Painting pictures 1: writing, editing and packaging for television” in Chapman, J. and Kinsey, M. (eds). *Broadcast Journalism: A critical introduction*. London and New York: Routledge. pp. 106-113.

Ramonet, I. (1999). *A Tirania da Comunicação*. Trad. Jorge Sarabando. Porto: Campo das Letras.

RTP (2014). *Conselho de Administração*. [online]. [Acedido em 04/09/2014].

Disponível em:

<http://www.rtp.pt/wportal/grupo/governodasociedade/conselhoadmin.php>

RTP (2014). *Contrato de concessão do serviço público de rádio*. [online].

[Acedido em 13/06/2014]. Disponível em:

www.rtp.pt/wportal/grupo/governodasociedade/missao_pdf1.php

RTP (2014). *Contrato de concessão do serviço público de televisão*. [online].

[Acedido em 13/06/2014]. Disponível em:

img.rtp.pt/wportal/grupo/governodasociedade/pdf/ser_publicoTV.pdf

- RTP (2014). *Estrutura Organizacional e Funcional da Empresa*. [online]. [Acedido em 04/09/2014]. Disponível em: http://www.rtp.pt/wportal/grupo/governodasociedade/estrutura_empresa.php
- RTP (2014). *História da rádio: 75 anos*. [online]. [Acedido em 01/07/2014]. Disponível em: www.rtp.pt/wportal/sites/radio/75anos/historia.php
- Silva, A. M. da (2010). *História da Unificação Europeia: A integração comunitária (1945-2010)*. Coimbra: Imprensa da Universidade de Coimbra. pp. 161 e 171.
- Teves, V.H. (2007). *RTP. 50 anos de história*. [online]. [Acedido em 23/06/2014] Disponível em: <http://ww2.rtp.pt/50anos/>
- White, T. (2005). *Broadcast News Writing, Reporting, and Producing*. Fourth Edition. Oxford: Focal Press.
- Wilson, D. (2009). “Paying the piper: funding broadcast news” in Chapman, J. and Kinsey, M. (eds.). *Broadcast Journalism: A critical introduction*. London and New York: Routledge. pp. 17-25.
- Wolf, M. (2009). *Teorias da Comunicação*. Lisboa: Editorial Presença.
- Wolton, D. (1994). *Elogio do Grande Público: uma teoria crítica da televisão*. Trad. Maria Helena Betencourt Antunes e Bénédicte Houart. Coimbra: Edições ASA.