



UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR
Artes e Letras

O mergulhar na notícia: O caso do resgate em Chiang Rai, na Tailândia

Sofia Rustrian da Fonseca

Relatório de Estágio para obtenção do Grau de Mestre em
Jornalismo
(2º ciclo de estudos)

Orientador: Prof. Doutor José Ricardo Carvalheiro

Covilhã, setembro de 2018

Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à
obtenção do grau de Mestre em Jornalismo realizado sob a orientação científica do
Professor José Ricardo Carvalheiro.

À minha mãe,

Um exemplo de persistência que me ensinou a nunca desistir dos meus objetivos.

Tenho muito orgulho em ti.

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador, professor **José Ricardo Carvalho**, por toda a sua disponibilidade, atenção e dedicação na realização deste projeto.

À **delegação do Porto da TVI**, pelo excelente acolhimento, e à equipa por toda a sua disponibilidade, atenção e interesse em me ajudar a progredir naquele que é o início de um sonho.

À jornalista **Judite de Sousa** pela sua colaboração na investigação deste estudo de caso e ao o repórter de imagem **Ricardo Silva**, por toda a sua disponibilidade e dedicação no esclarecimento de dúvidas e factos da sua experiência na Tailândia.

Às jornalistas da delegação do Porto, **Sofia Fernandes e Lisete Reis**, pela dedicação e pela formação que me foram dando durante o tempo de estágio.

Um especial agradecimento à **Patrícia Jesus**, membro da equipa da agenda da TVI, pelo incentivo, paciência, ajuda e carinho que me proporcionou neste processo. Obrigada Patrícia por me fazeres acreditar que havia outra saída.

Aos meus professores da **Universidade da Beira Interior**, que me acompanharam nestes 5 anos de percurso académico.

Um enorme agradecimento ao professor **Ricardo Morais**, por toda a sua disponibilidade, atenção e dedicação. Que se mostrou disponível a qualquer dia da semana para qualquer coisa que necessitasse. Do fundo do coração, obrigada, sem a sua ajuda este relatório não tinha chegado a acontecer.

Às minhas amigas de infância (**Sofia Nunes, Carolina Santos, Beatriz Pereira, Bruna Esculcas e Andreia Cândido**), por me ajudarem a crescer nestes anos todos e por estarem lá apenas.

À minha **Ana Duarte**, por estar lá sempre que preciso em todos os momentos. Obrigada por me teres acompanhado todos estes anos, és uma pessoa verdadeira e confidente.

À **Lurdes e João Gouveia**, por toda a disponibilidade, carinho e apoio que me prestaram ao longo deste último ano.

Ao meu namorado, companheiro, amigo, **Pedro Miguel Gouveia**, pela paciência, apoio, carinho e dedicação. Obrigada por estes três anos de companheirismo e amor. Não poderia ter melhor pessoa a meu lado.

À minha irmã **Paulina Fonseca** e ao meu cunhado e irmão **Luís Ponciano**, que me incentivaram sempre a não desistir e me mostraram que eu era capaz de tudo.

À minha avó **Palmira** e ao meu avô **José**, por serem os meus segundos pais.

Por fim, à minha mãe, **Clara Ramos**, que me ensinou a ser uma pessoa honesta, correta, empenhada, que luta pelos seus sonhos independentemente dos obstáculos. Ela que fez sempre fez de tudo para a minha felicidade, ainda que os tempos não tivessem tão bem. Obrigada mãe por me mostrares o significado persistência e dedicação, e por me ouvires sempre que preciso de dizer algo ao mundo. Até aqui foste tu a ajudar-me, e espero em breve retribuir todo o carinho e dedicação que sempre me deste. Para já, fica esta vitória dedicada a ti.

RESUMO

O direto é um conceito que se tem vindo a modificar ao longo dos tempos. Antigamente, era visto como a estratégia chave de transmitir informações de última hora sobre um determinado tópico, complementando a peça jornalística. Hoje a realidade já é outra. Muitas vezes este limita-se a servir de meio para criar empatia com o público (infotainment) e, conseqüentemente, gerar o maior número das audiências. Tudo gira à volta dos números obtido no final de cada emissão, de cada dia, de cada semana, mês ou ano.

O presente relatório tem como objetivo perceber qual é que o papel que o direto assume na cobertura de grandes acontecimentos. Para isso, o estudo vai centrar-se em um acontecimento da atualidade, reconhecido à escala mundial: o histórico resgate da equipa de futebol e do seu treinador que ficaram presos numa gruta em Chiang Rai, no norte da Tailândia.

A análise vai ser feita através dos dados retirados na TVI – delegação do Porto, durante a realização dos três meses estágio curricular. A TVI foi a única estação televisiva portuguesa a estar no local a acompanhar tudo.

PALAVRAS-CHAVE: Jornalismo televisivo, o direto, sensacionalismo, televisão nacional, infotainment, TVI

ABSTRACT:

The direct is a concept that has been changing over time. In the past, it was seen as the key strategy of conveying last-minute information about a particular topic, complementing the journalistic piece. Today the reality is already different. Often this is limited to serve as a means to create empathy with the public (infotainment) and, consequently, generate the largest number of audiences. Everything revolves around the numbers obtained at the end of each issue, every day, every week, month or year.

The purpose of this report is to understand the role that direct plays in the coverage of major events. To this end, the study will focus on a worldwide recognized event: the historic rescue of the football team and its coach who were trapped in a cave in Chiang Rai, northern Thailand.

The analysis will be made through the data taken at the TVI - Porto delegation, during the three months of the curricular internship. TVI was the only Portuguese television station to be on site to monitor everything.

KEYWORDS: TV journalism, direct, sensationalism, national television, infotainment, TVI

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO I: Jornalismo, informação e agendamento	5
1.1 A Informação noticiosa no século XX.....	6
1.2. As teorias das notícias e a teoria do agendamento	11
1.2.1. Os efeitos do Agendamento.....	15
1.3. Noticiabilidade e valores-notícia.....	17
1.4. O <i>gatekeeping</i> e a relação com as fontes	23
CAPÍTULO II: A televisão, os telejornais e a informação	31
2.1. A televisão enquanto meio informativo	31
2.3. O alinhamento dos telejornais	36
2.4. A informação espetáculo e /ou infotainment nos telejornais	40
2.4.1 O espetáculo e a importância do direto.....	44
CAPÍTULO III: O lugar de Estágio	47
CAPÍTULO IV: Estudo de Caso.....	49
4.1 O acontecimento que fez mover o mundo	50
4.2 Metodologia e Questões da Investigação	52
4.3 Corpus	52
4.4 Variáveis de Análise.....	53
CAPÍTULO V: Análise e Discussão dos Resultados.....	57
5.1 . Resultados Gerais	57
A. Jornal da Uma:.....	57
B. Jornal das 8:.....	61
5.2. Análise Específica: Notícias	65
A- Jornal da Uma:	65
B - Jornal das 8:	72
5.3. Análise Específica: Diretos.....	77
A. Jornal da Uma:.....	77
B. Jornal das 8:.....	80
5.4. Balanço das entrevistas realizadas à equipa da TVI.....	82
CONCLUSÃO	85
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	91
LISTAGEM DE GRÁFICOS	95
LISTAGEM DE TABELAS.....	97
ANEXOS A - TABELAS:.....	98

1. Tabelas de dados gerais	99
2. Tabela de dados específicos - Notícias.....	101
3. Tabela de dados específicos – Diretos	103
ANEXOS B - ENTREVISTAS:	105
1- JORNALISTA – JUDITE DE SOUSA:.....	105
2- REPÓRTER DE IMAGEM – RICARDO SILVA	107

INTRODUÇÃO

Do latim, *notitia*, a notícia considera-se uma representação social da realidade quotidiana, determinada pela sua atualidade e transitoriedade. No fundo, é qualquer tipo de informação que apresenta um acontecimento novo e recente ou que divulga uma novidade sobre uma situação já existente. O estudo da notícia faz parte da sua conjuntura que por sua vez se dedica à análise dos processos de produção dos meios (*newsmaking*), que permite o entendimento do que é o processo de um relato noticioso e como é que um acontecimento se torna notícia.

O discurso jornalístico é narrado segundo a sua apresentação, conteúdo, estrutura e depende sempre do meio comunicacional onde se insere. Na maioria dos casos uma notícia é classificada segundo 3 fatores essenciais: interesse, atualidade e verdade e considera-se que o discurso jornalístico tem de ser provido de clareza, veracidade, imparcialidade e de interesse geral. Apesar de o conceito de objetividade jornalística estar há muito envolto em discussão nas academias, a verdade é que nas redações dos órgãos de informação e nos manuais que ensinam a fazer notícias continua a defender-se que o discurso informativo deve ser objetivo - no sentido rigoroso e isento - e constituído apenas pela dose de interpretação suficiente para que o leitor não tenha dúvidas ao ler a notícia exposta.

Como podemos observar, a produção de informação é algo relativamente complexo que resulta da intervenção de uma variedade de fatores (critérios de noticiabilidade). Este ato de informar (através de *mass media*) teve o seu grande desenvolvimento no século XIX com o surgimento da imprensa, trazendo consigo o conceito de objetividade que irá permitir que a opinião pública seja escutada, ou seja, que a sociedade tenha acesso aos factos e seja ouvida acerca da sua posição sobre eles. O jornalismo torna-se portador de valores como a procura da verdade, a objetividade e a independência, havendo uma valorização da informação em detrimento da opinião.

Sobretudo, a produção noticiosa moderna baseia-se na convicção, emanada em primeiro lugar do modelo de jornalismo norte-americano, de que é possível separar factos e opiniões, o que deu origem a géneros distintos dentro do trabalho jornalístico e marcou

o campo da notícia como terreno interdito à opinião (pelo menos a explícita) dos próprios jornalistas.

Num mundo onde cada um de nós tem as suas culturas, perspetivas e espaço de entendimento, os media surgem como uma forma de organização dos eventos da realidade até os tornar racionais. Tudo para que estes conteúdos informativos ajudem a fomentar a mentalidade e opinião pública. Vivemos numa sociedade onde reina o imediatismo e onde existe mais informação que no passado, mas com menos sentido. O foco passa de fazer comunicar a informação, para a encenação da comunicação.

A produção de informação é um processo relativamente complexo, que resulta da intervenção de uma variedade de fatores (nomeadamente os critérios de noticiabilidade, a influência dos gatekeepers e dos gatewatchers e as fontes de informação). Como existe uma grande variedade de informação nos dias de hoje é obrigatório que haja uma filtragem (seleção do mais importante e pertinente para a realização de uma notícia) de cada acontecimento.

No entanto, segundo Nelson Traquina, “não há regras que indiquem que critérios têm prioridade sobre outros; mas os critérios de noticiabilidade existem, duradouros, ao longo dos séculos” (Traquina, 2002, p.204).

“Hoje os media têm um papel redobrado na sociedade, sobretudo, pelos valores transmitidos e pela clara distinção entre aquilo que é mais importante e o que é secundário. Com estes propósitos cria-se um clima que potencia e multiplica as fontes de conhecimento para os cidadãos, estimulando as suas aspirações” (Brandão, 2010, p.112).

No jornalismo televisivo, o repórter limita-se a acrescentar a informação mínima visto que a força da peça se encontra essencialmente no poder da imagem. O que conta é o impacto que o discurso filmado (e manipulado na pós-produção) tem nas audiências. A emoção é exaltada através de estratégias específicas que enaltecem a dramatização da qualidade visual.

Transmitir a sensação que o espetador está ali a observar o que se está a passar é o grande objetivo do pequeno ecrã. Ela é considerada como um dos principais meios de inclusão social e cultural com o objetivo de atingir a coesão da sociedade contemporânea, nomeadamente em casos, como Portugal, em que ainda existe uma taxa de iliteracia.

Idealmente, “a ponderação e a racionalidade devem então prevalecer na informação televisiva face à crescente mercantilização das notícias” (Brandão, 2010, p.37)

A informação de qualidade deve ser considerada como a condição básica necessária para a existência de uma sociedade livre, plural e de sabedoria. Para que essa missão fosse bem-sucedida os meios de grande influência, como a televisão, deveriam focar-se nos factos importantes para a opinião pública, todavia isso não acontece com o surgimento da informação-espetáculo. Para esta, o que importa são as audiências. A valorização do impacto afetivo e da imagem choque são as tendências para os dias de hoje.

Qual é então o ponto de partida para esta investigação? Numa realidade onde reina o imediato e a competitividade, existe uma necessidade (quase obrigação) de destaque. É claro que desde sempre existiu a disputa pela atenção do público, mas ultimamente a luta tem sido renhida, e os meios de comunicação tiveram que se adaptar e adotar novas estratégias de captação de público. Focando num único meio, a televisão, a presença do dramatismo e espetacularidade é cada vez maior. Há quem ache que as notícias, passaram a objetividade para segundo plano, dando asas ao *infotainment*. Será que as peças, com uma pitada de drama e espetacularização ganham mais destaque do que as outras? Que papel é que o direto do local assume nos dias de hoje? Porquê é que notícias “emotivas” ocupam o top dos alinhamentos dos jornais televisivos? São estas algumas questões que me coloquei a mim própria, quando ingressei nesta especialização.

Posto isto, e antes de delinear os métodos e/ou estratégias a utilizar na investigação, com o objetivo de perceber um pouco mais sobre o tema em debate, é necessário perceber um pouco mais sobre a fundamentação teórica que está subjacente a todo este processo.

No primeiro capítulo é então abordado o conceito de notícia e todos os seus complementos. Desde o agendamento, as fontes de informação, até aos critérios de noticiabilidade, o primeiro capítulo realiza uma contextualização teórica no entendimento de peça jornalística no seu fundamento. O segundo capítulo abrange outro aspeto fundamental, e até a personagem principal desta investigação: a televisão. Neste serão abordados temas como a televisão enquanto meio informativo, o destaque dos telejornais enquanto principal noticiário e a nova tendência da era: a informação-espetáculo e o apelo às emoções de quem está do outro lado do pequeno ecrã.

Feita a revisão bibliográfica (a parte teórica, digamos assim), existe ainda um terceiro capítulo que descreve aquilo em que vai consistir a própria investigação empírica. Em primeiro é feita uma apresentação do local que me acolheu ao longo de três meses (a delegação da TVI no Porto) e de onde presenciei o estudo de caso escolhido – o resgate de um grupo de adolescentes na Tailândia, que ocorreu no decorrer do mês de julho de 2018. Sendo a TVI a única estação televisiva portuguesa a estar presente no local, foi interessante perceber como tudo se processou, ajudando-me a perceber quais seriam as metodologias indicadas a aplicar.

Após algumas tentativas de experimentação de métodos, cheguei à conclusão que a obtenção de dados objetivos acerca do alinhamento, será conseguida não só através da observação direta da rotina diária do editor da delegação do Porto, mas também a comparação e análise (através de uma série de critérios específicos) da posição que este acontecimento assumiu nos alinhamentos do “Jornal da Uma” e do “Jornal das Oito” da estação televisiva em questão. O terceiro processo a realizar seria a realização de uma entrevista aos profissionais que estiveram no local dos acontecimentos durante quase uma semana: a jornalista Judite de Sousa e o repórter de imagem, Ricardo Silva.

A ideia da análise do resgate nos alinhamentos, é tentar perceber quais são os conceitos, apresentados na revisão bibliográfica, que se aplicam relativamente a este acontecimento específico. Falo de aspetos como os valores de notícia utilizados nas peças, as fontes presentes, a existência ou não de diretos do local, entre outros. Será que foi o tipo de abordagem que posicionou o resgate no topo dos alinhamentos durante aquele período de tempo? No fundo, o objetivo deste relatório fundamenta-se essencialmente em perceber a abordagem que os canais televisivos fazem nos acontecimentos mais chegados às emoções do público, do telespetador.

CAPÍTULO I: Jornalismo, informação e agendamento

“Comunicar implica possuir uma atitude crítica perante a realidade social, pois a função crítica do conhecimento é indispensável face ao papel da comunicação, bem como das distâncias que proporciona, principalmente, quando se trata dos media e da televisão.” (Brandão, 2010, p.27)”

Ao longo da modernidade, o jornalismo assume um papel fundamental na construção da vida social tal como a conhecemos. É graças a estes profissionais que os indivíduos se conseguem manter informados sobre o que se passa não só na sua comunidade, como no mundo.

“Objetividade significa, pois, que, com todos os condicionalismos subjacentes à atividade de informar, é possível produzir informação que relata de forma rigorosa e isenta os acontecimentos que tem por base. A própria multiplicação das instâncias de seleção de notícias pode ser entendida não como condição restritiva, mas como garante dessa objetividade.” (Gradim ,2000, p.11)

Foram vários os desafios enfrentados ao longo dos tempos. Com o desenvolvimento de várias gerações de novas tecnologias foi-se dando um longo processo de adaptação do jornalismo, que deixou de ser apenas feito para a imprensa e se alargou e adequou, primeiro, à rádio e, depois, à televisão. Com os meios digitais, os desafios colocados ao jornalismo redobraram e aquilo que antes consistia numa profissão relativamente clara e direta (relatar o acontecimento que estávamos a presenciar), nos dias de hoje, com a permeabilidade entre sites jornalísticos e outros conteúdos do universo online, e com a proliferação de falsa informação, leva-nos a entrar num capítulo um pouco mais complexo e que coloca em causa com mais frequência a veracidade dos conteúdos.

Atualmente o jornalismo de massas corresponde com as expectativas do capitalismo, pois é praticado com o fim de reproduzir determinados comportamentos de consumo, além de informar a sociedade. Podemos dizer que observamos uma atividade jornalística associada à aprovação do mercado, através das opiniões do público e resultados de audiências.

Com o surgimento das novas tecnologias digitais, a atividade mediática vem sendo cada vez mais possuída pela pressão de tempo e pelo imediatismo na difusão de conteúdos. Consequentemente, estes novos fatores acabaram por suscitar a construção de

uma representação diária descontinuada da realidade e, possivelmente do mundo. Muitos profissionais da área consideram que esta mudança que temos vindo a presenciar não é benéfica para o jornalismo enquanto profissão. “Oíço com frequência, «Dantes é que o jornalismo era bom». De leitores novos e velhos, mas também, extraordinariamente, de jovens universitários que estão a estudar Jornalismo hoje”, explica Bárbara Reis no seu artigo de opinião para a edição especial dos 25 anos do Público. Então, o que distingue o jornalismo atual do de “antigamente”?

1.1 A Informação noticiosa no século XX

O crescimento dos media deu-se essencialmente com a expansão da imprensa no século XIX, no entanto foi no século XX que atingiu um dos seus picos com o surgimento de novos meios de difusão de informação, como a rádio e a televisão.

Na história do jornalismo português destacam-se três momentos fundamentais. A época de censura (antes de 1974), onde a informação era regulada pelo Secretariado Nacional de Informação. Também reconhecidos pelo célebre “lápiz azul”, estes funcionários cortavam todo o texto que era considerado impróprio, desde pequenos anúncios publicitários, até notícias que saíam no dia seguinte. O grau de severidade variava de pessoa para pessoa. Haviam uns que reconheciam fácil e rapidamente qualquer conteúdo “perigoso” que pudesse originar uma revolução. Outros deixavam passar com alguma facilidade os conteúdos abertamente perturbadores. Alguns dos jornalistas eram conhecidos como aqueles “heróis”, que de certo modo arriscavam a sua liberdade para dar a conhecer a informação exata aos cidadãos. Outros limitavam-se a desempenhar o seu papel burocrático de informador sem sair da sua zona de conforto, neste caso das regras do regime, abordando apenas os conteúdos que eram autorizados.

Foi uma época onde a liberdade de expressão era fortemente limitada, e as informações transmitidas altamente controladas. Os meios de comunicação não tinham qualquer margem para selecionar e publicar certos conteúdos, mas tudo mudou com a revolução do 25 de Abril de 1974, resultante de um movimento social.

Com a liberdade de expressão, veio também a liberdade de imprensa. A revolução dos cravos deu então início àquela que muitos profissionais consideram a “época de ouro” no jornalismo em Portugal. Esta linha temporal situa-se desde o início da democracia de

1974 até à era pré-histórica digital de 1995. Nesta época o jornalista tinha tempo para escolher o que ia informar, recolher e tratar dados, de forma a que os conteúdos transmitidos se assemelhassem ao máximo, à realidade vivida na altura. Os tempos de produção e os ritmos de publicação eram menos velozes e bastante previsíveis. O deadline de entrega, era planeado ao pormenor para que o processo de produção de informação decorresse dentro do pretendido. Só existia um senão, ou dificuldade, no meio desta realidade: chegar ao maior número de público possível.

A questão do público teve origem na expansão da imprensa, no século XIX, quando o jornalismo se começou a ser visto como um negócio lucrativo e rentável. Com este aspeto mercadológico a notícia começou a ser tratada como um produto, trazendo alguns aspetos positivos e negativos. Por um lado, o jornalismo começou a ser reconhecido fortemente enquanto profissão trazendo, aos profissionais, da comunicação social, autonomia na cobertura dos factos ou acontecimentos (embora subjetivamente). Contudo, por outro, além da pressão política, surge uma nova dependência para os media: o fator económico. Os jornalistas começam a ter em consideração outros fatores como o índice de leitores, de audiências de resultados e lucratividade.

Além disso, a entrada do jornalismo no mercado trouxe um paradoxo que, por vezes, pode ser verificado na comunicação social (ainda nos dias de hoje): ao se começar a distinguir informação de propaganda, obteve-se um produto jornalístico denominada notícia, supostamente separado da informação que obedece a interesses particulares. Mas, sendo um elemento de grande influência na sociedade contemporânea, conseqüentemente este produto jornalístico tornou-se um veículo essencial para a publicidade comercial e para outro tipo de propaganda.

Em Portugal, à parte da dimensão do público, muitos profissionais da área consideram que aqueles 20 anos como o auge do jornalismo, pois a época de grande e direta censura, de certa forma já tinha sido ultrapassada e o jornalista tinha o direito e o tempo para recolher, tratar e difundir a informação.

Nos dias de hoje, ao falarmos do jornalismo é inevitável a referência ao mundo digital. O século XXI é associado à Era da Informação e do Conhecimento, graças à abundância de recursos informativos, que são, cada vez mais, fáceis de aceder. Houve a necessidade de uma revolução no jornalismo como o conhecemos enquanto profissão. É exigida uma panóplia de adaptações e novas transformações dos meios antigos, ao mesmo tempo que surgem novas ferramentas como é o caso do jornalismo online.

Com o surgimento da era digital, veio também um longo processo de mudança da identidade profissional do jornalista. Foi na passagem para o século XXI, com o aparecimento da World Wide Web, que começaram a surgir novos desafios para os órgãos da comunicação social. O jornalista teve de aprender a adaptar-se às novas necessidades do público, assim como às novas linguagens.

Esta transição foi algo difícil para todos os jornalistas formados antes do online e da multimédia. Com a rápida emergência do ciberjornalismo, veio a necessidade de ter profissionais formados para o jornalismo digital. Como não existia nenhum tipo de formação específica para esta prática, o papel do “ciberjornalista” era desempenhado por profissionais transferidos das redações tradicionais. As exigências para os meios de comunicação social mudaram radicalmente e o jornalista tinha de ter um vasto leque de aptidões, que lhe permitisse trabalhar no mundo das constantes atualizações noticiosas.

O que antes era realizado por vários profissionais especializados, hoje está ao encargo do próprio jornalista. Isto é, graças à pressão económica das empresas de comunicação social e à redução de salários, o jornalista tem agora de dominar áreas como a recolha de imagens e edição, além da informação. É natural que a qualidade de trabalho seja menor, visto que os media não têm tanto tempo para se dedicar aos conteúdos informativos como antigamente.

“Em certos casos, o ciberjornalista terá de redigir notícias, produzir fotografia, áudio e vídeo, construir páginas Web, transpor conteúdos impressos ou audiovisuais para a rede, acrescentar hiperligações, fornecer interfaces que permitam aos utilizadores o recurso a bases de dados diversas” (Bastos, 2010).

Após esta fase difícil para os profissionais dos meios de comunicação social, e quando estes pensavam que tinham superado o seu maior obstáculo, veio um novo desafio: o jornalismo para os dispositivos móveis. Esta forma de apresentar e adaptar os conteúdos aos vários meios de consulta, trouxe ao jornalista mais uma tarefa: perceber que tipo de linguagem, fotos e conteúdos multimédia funcionam para este tipo de dispositivos.

Um fenómeno desafiante que trouxe vantagens no que diz respeito ao alcance do público em massa. No entanto, graças à sua vasta popularidade, começa a por em causa os meios de comunicação tradicionais que outrora eram venerados, nomeadamente a imprensa.

“O jornalismo impresso encontra-se em profunda crise e o futuro pertence à informação difundida pela Internet” (Fidalgo, Canavilhas, 2010).

São várias as adaptações às quais o jornalista teve, e tem, de se acostumar. A grande e rápida evolução tecnológica vem sempre acompanhada de um novo desafio para a comunicação social. Antes associávamos a credibilidade às grandes marcas de imprensa, hoje muitas delas acabaram por desaparecer.

Acredita-se que o jornalismo se encontra numa crise global, particularmente a nível da imprensa, graças à evolução nas novas tecnologias. A exigência dos leitores no acesso à informação é cada vez maior e os suportes digitais vieram satisfazer as suas necessidades. Estamos então perante um paradoxo: O número de vendas de jornais em papel é cada vez mais baixo, no entanto, nunca o acompanhamento da informação por parte do público foi tão grande.

No relatório “Reuters Institute Digital News Report”, desenvolvido pela agência Reuters e a Universidade de Oxford em 2017, os resultados são bastante claros. Na maioria dos países, os mais jovens recorrem aos media digitais e redes sociais para se informarem sobre o que se passa no mundo, enquanto que as faixas etárias mais velhas utilizam os meios considerados tradicionais (televisão, rádio e imprensa).

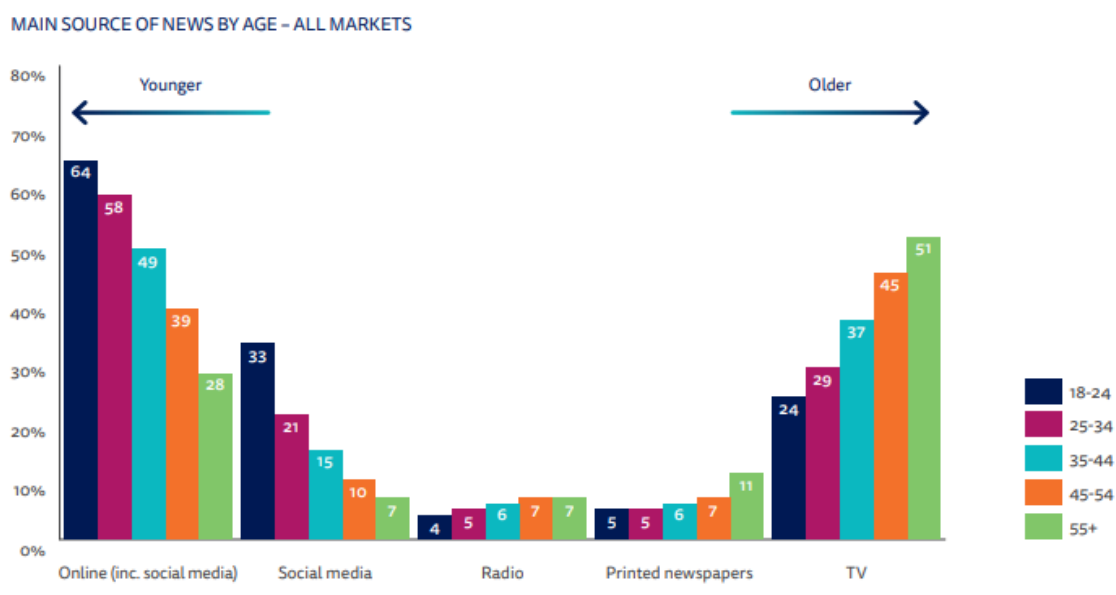


GRÁFICO 1- GRÁFICO RETIRADO DO RELATÓRIO DE 2017, DA AGÊNCIA REUTERS

“Não há na história momentos de imutabilidade e os grandes avanços da comunicação social e do exercício do jornalismo sempre estiveram ligados à evolução da tecnologia. A Internet comprova-o de forma clara e evidente. Ela não só adicionou novas possibilidades ao modo de informar, como revolucionou todo o processo, conferindo ao indivíduo comum o poder que antes não tinha. Os últimos dez anos foram de revolução para o jornalismo. A posição do jornalista no processo informativo mudou, e mudou também a exigência dos leitores e a sua participação no contexto de produção de informação. Nunca tanto como agora se falou da crise no jornalismo, nunca tanto como agora se venderam tão poucos jornais e, ainda assim, nunca tanto como agora os jornalistas tiveram tantos leitores e o seu trabalho foi tão escrutinado e acompanhado pelo público, ganhando mesmo uma abrangência global” (Mateus, 2015: p.11).

O jornalismo está cada vez mais exigente quanto ao ritmo de trabalho dos profissionais, mas até que ponto é que isto vai ser benéfico para a difusão de informação? Será que o rigor, pelos quais muitos lutaram e arriscaram as suas vidas, vai ser o mesmo, com a pressa de seguir um acontecimento minuto a minuto?

Rodrigo da Silva considera que “hoje há falta de tempo para apurar mais detalhadamente as informações e executar um trabalho de pesquisa de maior densidade (...) assim a cobertura jornalística muitas vezes é feita superficialmente” (Silva, 2012, p. 4).

Já dizia o ditado popular “depressa e bem, não há quem”, e hoje o jornalista tem cada vez menos tempo para seguir todos os passos previstos na publicação de informação. A pressão colocada nestes profissionais é tanta, que por vezes existe a possibilidade de este se “desleixar” um pouco no tratamento dos conteúdos, o que pode resultar numa peça “mal feita”, e conseqüentemente, por em causa a credibilidade do jornalista e até mesmo a entidade que este representa. Este é um fator que tem de ser pensado, visto que hoje, a qualidade da informação nas plataformas digitais está automaticamente associada à entidade que a difunde, devido ao excesso de conteúdos que são divulgados através das redes sociais. Então concluímos que uma das grandes problemáticas contemporâneas consiste, justamente, no excesso de informação que pode provocar a angústia (muito comum na nossa sociedade) ou até a desinformação.

Quanto aos meios propriamente ditos, o mundo online é maioritariamente dominante. É raro encontrar um indivíduo que não esteja ligado a internet, tanto no seu

smartphone ou tablet. Onde ficam então os meios de difusão associados à era de auge do jornalismo? Foram completamente substituídos pelas plataformas digitais?

Felizmente esse extremo ainda não foi atingido. Hoje em dia ainda ouvimos falar tanto da rádio, como da televisão. A primeira, embora se tenha desvanecido um pouco, ainda se encontra bastante presente na vida quotidiana de cada indivíduo, nem que seja no caminho para o trabalho ou em viagens de automóvel.

Quanto à televisão a história é completamente diferente. Sendo um dos meios de maior abrangência de audiências, houve a necessidade de o meio televisivo acompanhar as mudanças da sociedade ao longo dos tempos. Atualmente, as estações televisivas estão a tornar a modernizar o meio. Por exemplo, através da criação de aplicações, exclusivas a determinados programas, onde podemos encontrar uma comunicação bidirecional. A interatividade do público é então cada vez maior.

1.2. As teorias das notícias e a teoria do agendamento

Existe uma questão que tem perdurado ao longo dos tempos e predomina nos dias de hoje, sem uma resposta concreta. Mas afinal, o que é uma notícia?

Embora pareça ser uma pergunta com uma resposta simples e direta, os participantes do mundo jornalístico, não conseguem clarificar coerentemente em que consiste este conceito. Nesta situação o jornalista tanto pode optar por uma resposta vaga e previsível como “é o que é importante” ou “é o que interessa ao público”; ou então, como defende Nelson Traquina, construir uma resposta que seja, em simultâneo, simplista (o jornalista funciona como um espelho que reflete a realidade) e minimalista (na medida em que este não reconhece a importância e/ou influência do seu trabalho).

O objetivo do jornalismo enquanto profissão, de fornecer relatos de acontecimentos significativos e interessantes, torna-se extremamente complexo. Há uma necessidade do surgimento de múltiplas teorias acerca da natureza própria das notícias. Por teoria (termo que descende da palavra grega *theorêîn*) podemos entender várias conotações como a explicação de algo interessante e plausível ou o conjunto elaborado e interligado de princípios e proposições. Estas subordinações, ou teorias, não são necessariamente independentes, elas podem perdurar em simultâneo.

Jorge Pedro Sousa, em “Por que é que as notícias são como são? Construindo uma teoria da notícia”, explica o que deve ser uma abordagem teórica:

“(…) uma teoria científica tem de delimitar conceptualmente os fenómenos que explica ou prevê. A teoria do jornalismo deve ser vista essencialmente como uma teoria da notícia, já que a notícia é o resultado pretendido do processo jornalístico de produção de informação. Dito por outras palavras, a notícia é o fenómeno que deve ser explicado e previsto pela teoria do jornalismo e, portanto, qualquer teoria do jornalismo deve esforçar-se por delimitar o conceito de notícia” (Sousa, s/d -a, p.2).

Sousa considera as notícias como um “artefacto linguístico” (construção humana baseada na linguagem) representante de alguns aspetos da realidade e produto de uma processo e construção onde existe a influência de múltiplos fatores, sejam eles de carácter pessoal, social, ideológico, histórico ou físico. Para o autor esta é difundida em momentos específicos, num meio sociocultural determinado pelo consumidor da época. “A notícia nasce da interação entre a realidade perceptível, os sentidos que permitem ao ser humano «apropriar-se» da realidade, a mente que se esforça por apreender e compreender essa realidade e as linguagens que alicerçam e traduzem esse esforço cognoscitivo” (Sousa, s/d- a, p.3).

Contudo, existem autores que consideram a existência de uma explicação para edificar a origem dos formatos e conteúdos informativos como algo insuficiente. Um dos mais reconhecidos apologistas desta ideia é Traquina (2002) visto que este autor lusófono considera que existem múltiplas teorias, em vez de uma única. Isto é, ele defende uma perspectiva “divisionista”, onde existe uma panóplia de teorias (desde as mais simples até a outras mais complexas) de forma a justificar o conceito de notícia.

“A ideologia jornalística defende uma relação epistemológica com a realidade, que impeça quaisquer transgressões de uma fronteira indubitável entre a realidade e a ficção, havendo sanções graves impostas pela comunidade profissional a qualquer membro que viole essa fronteira” (Traquina, 2002, p.76). A teoria do espelho constatada pelo autor assume as notícias como uma transmissão fiel da realidade, tal como um espelho que a reflete. Para esta teoria, a realidade é que determina a forma das notícias. Para que o produto seja um sucesso, o jornalista tem de assumir o papel de um agente desinteressado, ou seja, não pode tomar partido de um lado específico, com base na sua

opinião, pois aí estaria a desviar-se a sua missão (procurar a verdade, informar, contar o ocorrido “do a quem doer”).

A posição do jornalista é revista como um indivíduo “observador que relata com honestidade e equilíbrio o que acontece, cauteloso em não ter opiniões pessoais” (Traquina, 2002, p.75). É nesta crença social, a ideia daquilo a que, no século XIX, se chamou “novo-jornalismo” por nele se passar a supor que existe a separação de opiniões e factos, que podemos encontrar a legitimidade e credibilidade dos media.

De todas as teorias apresentadas pelo autor, esta é a mais simples e, consequentemente, aquela que se encontra mais sujeita a refutações. Se considerarmos as notícias como uma “construção”, tal como defendem as teorias construtivistas, automaticamente existem pontos da teoria do espelho que são colocados em causa. Por exemplo, a linguagem utilizada deixa de funcionar como transmissora direta dos significados dos acontecimentos, pois esta depende sempre do jornalista que lhe está subjacente. Isto é, o ideal seria a utilização de uma linguagem puramente neutra, contudo esta nunca poderá existir visto que o relato dos acontecimentos e/ou informação se encontra diretamente dependente da estruturação realizada pelo jornalista, com a ajuda de múltiplos fatores. “Para os académicos que perfilham essa explicação [a teoria construtivista], as notícias são histórias que resultam de um processo de construção, linguística, organizacional, social, cultural, pelo que não podem ser vistas como o espelho da realidade, antes são artefactos discursivos não ficcionais –indiciáticos - que fazem parte da realidade e ajudam-na a construir e reconstruir” (Sousa; s/d – a, p.5).

A ideia fundamental das teorias construtivistas afirma que as notícias ajudam a construir a realidade e não a refleti-la. Gaye Tuchman defendia que considerar este produto jornalístico como “estória” não era uma forma de o rebaixar, muito pelo contrário, era uma forma de a constatar a notícia como uma realidade construída detentora da sua validade interna. No entanto, os jornalistas reagem mal à ideia de que o seu trabalho é “construir” as notícias. “Quando se afirma que as pessoas têm interesse em versões diferentes desse acontecimento, que qualquer acontecimento pode ser construído das mais diversas maneiras e que pode fazê-lo ter outros significados, esta afirmação de algum modo ataca ou mina o sentido de legitimidade profissional dos jornalistas” (Traquina, 2002, p.96). As notícias não são ficcionais, mas as teorias construtivistas consideram que elas são convencionais visto que a escolha da narrativa realizada pelo jornalista é orientada pela aparência que a realidade assume para o mesmo.

Dentro da teoria construtivista, podemos encontrar duas perspectivas (a estruturalista e interacionista) que partilham alguns pontos em comum. Ambas assumem as notícias como o produto de processos de interação social entre os agentes envolvidos: os jornalistas, as fontes de informação, a sociedade em geral, os membros da comunidade profissional (dentro e fora da sua organização), entre outros. Os jornalistas deixam de ser considerados como observadores passivos, para assumirem o papel de participantes ativos na construção da realidade.

Na perspectiva estruturalista, as notícias constituem um produto construído através de influências sociais, que reproduzem uma ideia dominante e justificam o *status quo*. “A nível mais geral, isto envolve uma orientação para itens «fora do comum», o que de certo modo vai contra as nossas expectativas «normais» acerca da vida social” (Traquina, 2002, p.102). Ou seja, o processo de construção das notícias, além de tornar os acontecimentos em algo de significativo, também pressupõe a natureza consensual da sociedade e realça a importância do seu papel no reforço da construção desta mesma comunidade. Este fenómeno torna-se possível pois os jornalistas não são agentes totalmente independentes, eles estão sujeitos a uma cultura rotinizada e burocratizada, controlada por uma classe dominante e pela organização burocrática da comunicação social. Embora sejam (de certa forma) controlados, estes desempenham um papel fundamental. Tal como defendia Stuart Hall e os seus coautores, os jornalistas além de terem o poder de classificar quais são os acontecimentos relevantes para a opinião pública, também estão responsáveis por lhes suscitar, de forma indireta, várias interpretações de como entender estas mesmas ocorrências.

Para a perspectiva interacionista as notícias constituem o resultado de um processo de perceção, seleção e transformação de matéria-prima ou acontecimentos, por profissionais autónomos que compartilham uma cultura em comum. “As notícias são encaradas como uma construção social, sendo limitadas pela natureza da realidade, mas registando aspetos tangíveis dessa realidade” (Sousa, s/d - a, p.6). Existe um grande universo de matéria-prima, daí a necessidade de existir um processo de seleção, onde vamos optar pelos acontecimentos dignos de serem conhecidos pelo público, de terem “news-worthiness” ou valor-notícia.

A partir destes exemplos de teorias apresentadas por Traquina, podemos verificar que cada uma possui as suas ideias, no entanto isto não quer dizer que para uma sobreviver a outra tenha de ser necessariamente excluída. Elas podem, e devem coexistir em

simultâneo e até partilhar alguns aspetos em comum, que por sua vez irão determinar as linhas fundamentais do conceito de notícia, ajudando-nos a percebê-la nas suas várias vertentes. Uma coisa é certa, a pressão do tempo (a hora do fecho) para apresentar o tão esperado produto é cada vez maior, logo surge uma necessidade de elaborar estratégias para que o jornalista consiga cumprir com o desafio quotidiano: a apresentação diária de informação.

A explicação deste fator encontra-se bastante explícita na teoria organizacional. Esta “ênfata que as notícias são o resultado das condicionantes organizacionais em que são fabricadas, como as hierarquias, as formas de socialização e aculturação dos jornalistas, a rede de captura de acontecimentos que o órgão jornalístico lança sobre o espaço, os recursos humanos e financeiros desse órgão, a respetiva política editorial, etc” (Sousa, s/d – a, p.4).

1.2.1. Os efeitos do Agendamento

As pessoas compreendem grande parte da realidade social através dos média, e é por isso que as notícias difundidas são configuradas consoante os assuntos que é necessário ter algum tipo de opinião ou possam ser motivo de conversa (discussão).

A teoria hipodérmica, uma das analogias mais conhecidas do senso comum, via os efeitos dos média como algo de imediato. Ela considerava que as mensagens dos média eram injetadas na audiência como vacinas, com efeitos diretos no comportamento ou na opinião, mas só tinha em conta as consequências de curta-duração. A teoria do agendamento, de que McCombs é um dos fundadores, em vez de efeitos diretos aponta antes para a atenção dedicada aos diferentes assuntos: procura perceber se, e de que forma, os media direcionam a opinião pública para dar relevância a certos acontecimentos e não a outros.

“O *agenda-setting* foca a nossa atenção para os primeiros indícios da opinião pública. Quando as problemáticas surgem e captam a atenção do público, os jornalistas têm de lidar com uma grande responsabilidade ética: selecionar cuidadosamente as informações que serão colocadas na agenda” (Mccombs, 2004, p.20).

Ao falarmos de agenda não estamos a especificar numa lista de acontecimentos limitada à influência dos meios de comunicação social, ou até à existência de uma

listagem específica de problemas da sociedade. Ou seja, ao falarmos de agendamento falamos de uma multiplicidade de agendas na sociedade contemporânea (constituída por uma panóplia de personalidades e feitos) que vão definindo a opinião pública.

Assim, o *agenda-setting* foca-se no processo de transferência das imagens relevantes dos meios de comunicação social sobre o mundo, para as imagens da consciência de cada um de nós. Consequentemente, os elementos predominantes nos media tornam-se também predominantes nas audiências. O assunto destacado é quase automaticamente tomado como algo relevante para o público. Como é que sabemos se algum assunto é, ou não, importante?

A relevância encontra-se indiretamente associada ao conceito de incerteza. McCombs defende que quando um indivíduo considera algo altamente relevante, o nível de incerteza tem de ser considerado, visto que este conceito é a principal condição para o sentido de orientação pessoal. Nos acontecimentos públicos, quanto maior for a necessidade de orientação individual, maior será a probabilidade de esta pessoa se interessar pela agenda em questão. A reflexão sobre a mesma irá ser influenciada não só por elementos cognitivos como afetivos, ou seja, vai envolver não só a forma como o público pensa, mas também as suas atitudes e opiniões.

“The news media are a primary source of the picture in our heads and it has produced a hardy intellectual offspring, agenda-setting, a social science theory that maps in considerable detail the contribution of mass communication to our pictures of politics and public affairs” (Mccboms, 2004, p.64).

Mas para a agenda mediática existir é necessário a coexistência de alguns elementos chave a montante, como as fontes informativas, as organizações noticiosas e as normas e valores jornalísticos. Sem estes fatores, não haveria histórias jornalísticas.

Maxwell McCombs diz que a relação entre todas as agendas existentes, pode ser descrita como o processo de descascar uma cebola. A metáfora baseia-se essencialmente em relacionar a fisionomia da cebola com o processo de comunicação entre estas entidades: as várias camadas correspondem aos vários elementos informativos que influenciam a moldagem da agenda mediática, enquanto que o seu núcleo é então associado à própria agenda dos media.

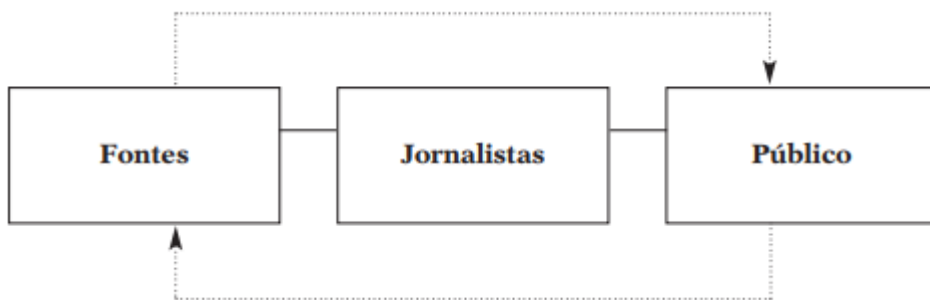


FIGURA 1 - BOX 7.2, "SETTING THE AGENDA: THE MASS MEDIA AND PUBLIC OPINION" (MAXWELL MACCOMBS)

Logo, teoricamente, o processo de construção destes tipos de agendas é altamente influenciado pelos chamados valores de notícia, e não por valores de deliberação social (ou opinião pública). Quando aplicados, é natural que todos os meios de comunicação social formem agendas semelhantes. “Journalists validate their sense of news by observing the work of their colleagues” (McCombs, 2004, p.116).

Isto é, os jornalistas observam frequentemente, a seleção de informação realizada pela concorrência, como forma de validação da sua própria capacidade de escolha. É nestes casos que verificamos o conceito de *Intermedia Agenda- Setting*, introduzido por Warren Bread.

Apesar de os valores e normas de notícias assumirem uma das posições mais importantes na construção da agenda jornalística, não podemos esquecer a influência que outras fontes e meios informativos, como as relações públicas, têm neste mesmo processo. Sem estes profissionais e empresas privadas sem fins lucrativos, haveria uma grande diferença nos conteúdos e informação que integram a agenda mediática.

Concluimos então que, segundo a teoria do *agenda-setting*, as pessoas, por norma, têm a tendência para incluir ou excluir dos seus próprios conhecimentos e preocupações, aquilo que os *mass media* incluem ou excluem do seu próprio conteúdo. A capacidade de influência do agendamento dos media é então dependente do grau de exposição a que este individuo ou recetor esteja submetido.

1.3. Noticiabilidade e valores-notícia

Vivemos num mundo onde a complexidade societária é cada vez maior. Isto é, ao falarmos de sociedade moderna/ contemporânea, falamos da existência de uma grande

panóplia de sistemas e subsistemas diferentes, criados em função dos domínios e atividades desempenhados por estes indivíduos.

Segundo Luhmann, a teoria da diferenciação social defende que cada um destes sistemas sociais integram um código personalizado, capaz de filtrar, processar e construir a sua comunicação. Os meios de comunicação de massa são um exemplo de sistema, entre tantos outros, com uma função específica a realizar dentro da sociedade. “Tal como o sistema legal funciona de acordo com um código binário centrado no justo ou no injusto, (...) o sistema dos *mass media* é uma galáxia de comunicação semelhante aos restantes sistemas dotada de um código próprio: o que se pode considerar ou não digno de ser trabalhado como informação” (Correia, 2011, p.139).

No caso do jornalismo, a binariedade do código está relacionada com a capacidade de seleção que estes têm de dominar, pois só assim conseguem entender o que é ou não publicável. A estas escolhas estão subjacentes determinados critérios que permitem que o objetivo seja cumprido.

Ao analisarmos o sistema mediático podemos verificar que este é composto fundamentalmente por três campos pragmáticos: a informação, o entretenimento e a publicidade. Quando falamos de critérios de seleção no campo da informação, falamos concretamente dos chamados critérios de noticiabilidade. Assim, conseguimos concluir que “a informação acaba por se construir como um subsistema dotado de uma lógica autorreferencial e autónoma, de critérios de seleção próprios.” (Correia, 2011, p.139)

Com a profissionalização dos jornalistas, no decorrer dos séculos XIX e XX, foram surgindo não só alguns valores como a objetividade, a independência e a verdade, mas também normas que ajudam a perceber os contornos das representações profissionais (o ser “bom” ou “mau” jornalista). Estes critérios acabaram por se enraizar na cultura noticiosa até aos dias de hoje.

Ericson, Baranek e Chan (1987) , citados por Correia, estabeleceram a ideia de que no subsistema de informação existem três tipos de saberes comuns: o saber de reconhecimento, o saber de procedimento (desenvolvimento do tema em questão) e, por fim, o saber de narração (apresentação dos dados em formato jornalístico – domínio da escrita, brevidade, clareza e precisão). Embora todos assumam uma posição importante dentro do mundo jornalístico, é no saber de reconhecimento que tudo começa, pois conseguimos perceber se um determinado acontecimento é ou não noticiável. A questão

que devemos colocar é: enquanto profissionais da informação, como localizamos uma ocorrência?

O jornalista tem de ter a capacidade de identificar os factos e acontecimentos que merecem ser tratados como notícia. Este processo é realizado através de dados mentais que são consolidados no dia-a-dia, como por exemplo, a focagem no conflito, a dramatização das estruturas de posições opostas, o imediatismo, a instantaneidade, entre outros.

“Os jornalistas adquirem, como uma parte do seu profissionalismo, em grande parte através do treino, da pressão exercida pelos seus pares e na sala de redação, um sabor instintivo que lhes permite identificar e hierarquizar a multiplicidade de acontecimentos que acontecem no mundo real” (Correia, 2011, p.149).

Ou seja, aquando o reconhecimento de conteúdos noticiosos, o jornalista tem de recorrer não só ao seu “faro”, mas também a um conjunto de valores de notícia.

“Podemos definir o conceito de noticiabilidade como o conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, possuir valor como notícia” (Traquina, 2004, p.96)

Ao falarmos de valores de notícia, há autores do qual temos obrigatoriamente de falar: Galtung e Ruge (1965), Ericson, Baranek e Chan (1987) e Nelson Traquina (2002). Embora sejam de épocas diferentes, estes autores enfatizam a escolha de conteúdos através de determinados valores que medem o grau de importância.

Galtung e Ruge, citados por Correia, foram os responsáveis pelo primeiro estudo capaz de identificar, de forma sistemática e exaustiva, os valores- notícia utilizados pela comunidade interpretativa do jornalismo. Este estudo, originalmente aplicado ao noticiário internacional, baseou-se numa tentativa de responder à questão “Como é que os acontecimentos se tornam notícia?”. A solução consiste em doze valores:

1. Frequência – espaço de tempo necessário para o desenrolar do acontecimento e obtenção de significado;
2. Amplitude – tal como um sinal de rádio, quanto maior for a amplitude, maior será a probabilidade de causar impacto no público;
3. Clareza – a interpretação de um acontecimento tem de ser simples para que a peça jornalística resulte num conteúdo claro, livre de ambiguidades;

4. Significância – este valor, segundo os autores, pode ser interpretado de duas maneiras distintas. O primeiro sentido está relacionado com o impacto e/ou relevância que o acontecimento poderá suscitar no público, contudo, o segundo estará mais relacionado com a proximidade, particularmente, a nível cultural.
5. Consonância – permite a inserção do “novo” através de uma ideia mais antiga, pois corresponde ao que se espera que aconteça, numa situação semelhante a outra do passado;
6. Inesperado – num conjunto de acontecimentos culturalmente significativos e consonantes com o que é previsto, o imprevisível tem mais probabilidade de ser considerado notícia;
7. Continuidade - seguimento de uma notícia que outrora já foi considerada noticiável. Isto é, a partir do momento em que um assunto atinge os cabeçalhos este continuará a ser considerado como notícia, ainda que com uma amplitude menor, durante um espaço de tempo;
8. Composição – há uma necessidade de existir um balanço no diverso mundo de notícias;
9. Nações de Elite – as suas ações são consideradas mais relevantes do que outro tipo de atividades, numa perspetiva a curto prazo;
10. Pessoas de Elite – segue o mesmo princípio que o valor anteriormente apresentado;
11. Personalização – todas as notícias englobam na sua construção frásica uma espécie de “sujeito”, ou seja, existe sempre uma referência aos indivíduos envolvidos no sucedido. Este fator faz com que as audiências vejam o acontecimento como uma sequência de ações deste(s) indivíduo(s);
12. Negatividade – segundo os autores, este valor é aquele que é facilmente relacionado com tantos outros. Por exemplo, a negatividade satisfaz o critério de frequência, clareza e imprevisibilidade. Todos os acontecimentos considerados negativos, são inequívocos aquando à sua leitura de significado e positivamente inesperados (positivamente na medida em que tem mais probabilidade de ser considerado como notícia).

Richard Ericson, Patricia Baranek e Janet Chan (1987) defendiam que os valores-notícia não são critérios imperativos, mas sim fatores que ajudam o jornalista a selecionar os temas importantes, num “mar” de acontecimentos. Para algo poder ser considerado

como notícia, o tema tem de ser tomado como um acontecimento “eventful” (termo introduzido pelos autores) ou significativo. Para saber como classificá-lo, estes desenvolveram sete valores:

1. Simplificação – ligada à aproximação cultural de um acontecimento;
2. Dramatização – permite que o evento possa ser visualizado como algo de extrema importância, ou seja, digno de ser algo noticiável;
3. Personalização – valor intimamente relacionado com a dramatização. Os acontecimentos são sempre associados a personalidades-chave envolvidas, direta ou indiretamente, no sucedido. Se esse sujeito for alguém conhecido, maior será a probabilidade de o acontecimento ser publicado ou transmitido;
4. Continuidade – a noticiabilidade exige um conjunto de estruturas para a visualização dos acontecimentos. É mais provável que este seja noticiável se for contínuo a acontecimentos prévios, pois o enquadramento torna-se mais fácil de realizar;
5. Consonância – o repórter consegue visualizar o que vai acontecer, produzindo um resultado equivalente ao “velho” assunto. Os autores defendem que a notícia não é só a novidade, mas também aquilo que se enquadra nas estruturas familiares estabelecidas;
6. Inesperado – sabemos que as peças contínuas e consonantes são sempre visualizadas, no entanto o imprevisível consegue também criar impacto no público. Por norma os acontecimentos inesperados negativos são associados ao maior fator de noticiabilidade;
7. Infração – na sua grande maioria, a infração é algo com muito impacto na sociedade e digno de notícia, pois são situações que fogem à regra da normalidade. “Os autores atribuem ao jornalismo uma função de policiamento da sociedade, com particular atenção ao governo, em que o desvio e o crime mobilizam a atenção dos membros desta comunidade interpretativa.”

Enquanto estes autores se focavam apenas no processo de seleção, construindo então critérios válidos para essa função específica, Nelson Traquina tem uma visão diferente. O autor, em consonância com Mauro Wolf, realiza uma distinção dentro dos critérios de noticiabilidade. Assim resultam os valores de seleção e os valores de construção (Traquina, 2002). Os primeiros encontram-se relacionados com os critérios a utilizar no processo de seleção dos acontecimentos, dividindo-se por dois subgrupos:

A. CrITÉrios substantivos (avaliação direta do acontecimento como algo relevante para o interesse público), que, segundo Traquina, são os seguintes:

1. Morte – razão explicativa do negativismo do mundo dos média;
2. Notoriedade – o foco nos membros ou nações de elite;
3. Proximidade – tanto a nível geográfico como a nível cultural;
4. Relevância – acontecimentos com impacto sobre a vida do público;
5. Novidade – foco do mundo do jornalismo. Mesmo que o tema tenha sido outrora tratado, se existir alguma informação nova pode ser notícia novamente;
6. Tempo – é o atual transformado em notícia que serve de “news peg” ou cabide para outro acontecimento ligado a um assunto antigo. Existem notícias que se podem tornar efémeras;
7. Notabilidade – qualidade de um acontecimento ser visível e tangível, visto que o campo jornalístico está mais concentrado na cobertura de acontecimentos e não problemáticas. Os acontecimentos são concretos, facilmente observáveis e delimitados no tempo. Este valor é aquele que dá sentido à expressão “What a story”.

B. CrITÉrios Contextuais (dizem respeito ao contexto de produção da própria notícia), que o autor também enumera:

1. Disponibilidade – relacionado com a capacidade de cobertura do evento;
2. Equilíbrio – tem de existir um balanço entre os conteúdos que são transmitidos, para que os media não se tornem meios repetitivos;
3. Visualidade – relacionado com os elementos visuais (fotos ou filmagens) e por isso, mais associado à área da Televisão;
4. Concorrência – a obtenção da exclusividade consegue-se através da análise dos conteúdos publicados/transmitidos pela concorrência, direta ou indireta;
5. O dia noticioso – devido ao excesso de informação, os acontecimentos estão numa luta uns contra os outros para serem transformados em matéria noticiável.

Por sua vez, os valores-notícia de construção estão associados aos critérios de seleção dos elementos dentro do acontecimento, para perceber se são ou não dignos de estarem presentes na peça. Trata-se, portanto, de critérios que guiam os jornalistas no

processo de dar forma ao material, como apresentá-lo, que aspetos realçar ou omitir (Traquina, 2002, p. 198):

1. Simplificação – livre de ambiguidade ou qualquer tipo de complexidade. A notícia quanto mais simples for, mais probabilidade tem de ser notada e compreendida;
2. Amplificação – a amplitude do acontecimento é importante para perceber a notoriedade da notícia;
3. Relevância – todo o acontecimento tem de ter um sentido para que possa ser notado pelo público. Cabe ao jornalista demonstrar o significado do mesmo à sociedade;
4. Personalização – valorização dos indivíduos envolvidos no sucedido, o que vai ajudar a perceber se o acontecimento é positivo ou negativo;
5. Dramatização – associado ao reforço dos aspetos críticos e do lado emocional, estando sujeito a consequências como o sensacionalismo;
6. Consonância – quanto mais a notícia se insere numa narrativa já estabelecida, mais possibilidade esta tem de ser notada.

Assim como a definição de notícia foi mudando com a evolução da sociedade, os critérios de noticiabilidade tiveram também de acompanhar esse crescimento, sofrendo pequenas alterações ao longo dos tempos. Os valores-notícia não são imutáveis. “Um acontecimento será tanto mais noticiável quanto maior número de valores possuir, embora não seja uma regra absoluta” (Traquina, 2004, pp. 103/104).

1.4. O *gatekeeping* e a relação com as fontes

Os valores-notícia apesar de assumirem um papel fundamental no processo de seleção de informação, não são os únicos responsáveis pelo mesmo. Paralelamente ao jornalista rever a importância dos conteúdos, existe um outro processo que ajuda a perceber se realmente vale ou não a pena classificar aquele acontecimento e/ou informação, entre outros tantos que cumpriram os “requisitos”, como algo de interesse público: o *gatekeeping*.

Foi David Manning White, em 1950, que desenvolveu e apresentou aquela que é considerada como a primeira teoria relacionada com o estudo da ação pessoal. White

baseou os seus resultados num estudo de caso realizado num jornal da região Midwest dos Estados Unidos (Peoria Star). Aqui, não só eram analisadas as decisões tomadas pelo editor telegráfico do jornal, como os motivos pelos quais eram tomadas, dando sempre grande destaque à influência da ação pessoal no momento de escolha de informação.

“*Gatekeeping* é o processo de seleção e transformação de vários pequenos pedaços de informação na quantidade limitada de mensagens que chegam às pessoas diariamente” (Shoemaker & Vos, 2011, p.11).

Neste conceito encontramos uma analogia aos “gates” ou portões, pelos quais só passam os conteúdos que revelam algo para o interesse público. Estes portões, são nada mais nada menos que as áreas de decisão onde o jornalista (também reconhecido como *gatekeeper*) escolhe o que é ou não notícia.

No fundo, é um processo que White identificou como sendo de escolha pessoal e arbitrário pois a decisão do jornalista é algo subjetivo e dependente dos seus juízos de valor. Estes são formados consoante as vivências e/ou experiências, atitudes e expectativas da pessoa responsável pelo processo, também conhecido como *gatekeeper*.

O termo “gatekeeper” tinha sido introduzido por Kurt Lewin, em 1947, como forma de se referir ao processo de seleção correspondente ao consumo de bens alimentares. Só uns anos mais tarde, é que este conceito começou a ser reconhecido no mundo jornalístico, associado “a análise da produção noticiosa na medida em que esta é concebida por uma sucessão de escolhas processadas ao longo de várias fases, desde a receção dos *takes* das agências, passando pelo processo de decisão editorial, etc” (Correia, 2011, p.81).

A decisão do editor era realizada segundo determinadas justificações e ou motivações, fundadas na experiência profissional do mesmo. Segundo Correia, estas motivações apresentavam os seguintes traços:

- A busca da diversidade com preferência pelas “«estórias» de rosto humano”;
- A assunção de alguns preconceitos aos quais se adicionava a preocupação com os critérios editoriais do jornal;
- A conceção de um público «médio»: nem demasiadamente culto e informado nem totalmente ignorante;
- A preferência pela clareza, curta dimensão e concisão dos relatos embora secundariamente se adicione a preferência por um ponto de vista moral.

Traquina (2002), explica que esta teoria acaba por realçar a faceta microssociológica (visto que se foca a nível da pessoa-jornalista), deixando de parte os fatores macrossociológicos. Esta premissa torna-a limitada, num processo extremamente vasto. Ou seja, a teoria do *gatekeeping* concentra-se essencialmente no processo de seleção, pondo de parte e/ou minimizando outro tipo de fatores relevantes na produção de notícias. Este facto, juntamente com os constrangimentos organizacionais e burocráticos implícitos nas respostas dos *gatekeepers*, constituem o grupo de críticas contra esta teoria e/ou processo.

Com a evolução da sociedade contemporânea e das novas tecnologias, houve uma necessidade de adaptar alguns conceitos à realidade dos dias de hoje. O *gatekeeping* foi um deles.

Com o aparecimento da Internet, surge também o excesso de conteúdos informativos, a montante do jornalista. Torna-se difícil para o jornalista estar a par de todas as informações no mundo, para posteriormente conseguir processar o método de escolha. O conceito de *gatekeeper* acaba por perder o valor que outrora deteve também pelo facto de uma imensidão de informações chegar agora ao público por outras vias, que não a mediação jornalística. Há, portanto, a necessidade de uma evolução dos conceitos que se aplicam ao responsável pela seleção de informação, de notícias.

“O *gatewatcher* emerge assim como um elemento central num ecossistema mediático onde a fragmentação motivada pela multiplicação de fontes e o excesso de informação obrigam os media a disputarem a atenção dos leitores” (Canavilhas, 2010, p.5).

João Canavilhas compara os novos *gatekeepers*, chamados agora *gatewatchers*, com os analistas dos mercados financeiros. Segundo o autor, além da seleção das informações capazes de se tornarem notícia, estes profissionais têm também a responsabilidade de aconselhar os seus “seguidores” a redirecionarem a sua atenção para um tema específico, através da partilha dos links das notícias que consideram relevantes.

Novidades à parte, há relações no processo de seleção de conteúdos noticiosos (*newsworthiness*), entre os jornalistas e um certo tipo de indivíduos específicos, que não podem ser modificadas. Estamos a falar das ligações com as conhecidas fontes de informação ou informativas.

“Na realidade, o repórter cria as novas histórias, seleccionando fragmentos da informação de massa de dados que recebe. Segundo este ponto de vista, em determinadas

situações, o processo de seleção dá-se em larga medida num contexto de interação entre o jornalista e a fonte “(Correia, 2011, p.82).

Seguindo Nelson Traquina (2002), entendemos por fonte um(s) indivíduo(s) potencialmente envolvido(s) ou testemunha do acontecimento, que o jornalista observa e/ou entrevista, acabando por lhe fornecer factos informativos. Ou seja, numa perspetiva que não problematiza as fontes jornalísticas na sua complexidade, a sua concepção naturalista engloba todos aqueles agentes sociais dispostos a colaborar com os jornalistas, no processo de recolha de informação acerca de um determinado incidente. Podem ser grupos de indivíduos, instituições sociais ou outro tipo de dados relevantes para o caso, como documentos, discursos, estudos, estatísticas, entre outros.

As relações entre os média e as fontes informativas assentam no conceito de confiança. Sendo a confiança um conceito multidimensional, pode ser entendido de forma diferente pelos dois agentes participantes.

Do ponto de vista do jornalista, “o desenvolvimento da relação com a fonte é um processo habilmente orientado, com paciência, compreensão e capacidade de conversação sobre interesses comuns, até formar um clima de confiança. (...) Um dos aspetos fundamentais do trabalho jornalístico é cultivar as fontes” (Traquina, 2002, p.116).

Esta condição necessária, é algo que evolui consoante o decorrer dos acontecimentos e do processo de comunicação entre as duas partes. A relação de confiança é vista como o ponto de encontro entre os dois sistemas (jornalistas e fontes) cuja reputação vai ser definida pela conduta, pelo comportamento e pela própria credibilidade dos representantes dos sistemas envolvidos. “Trata-se, no fundo, de confiar naquilo que não se vê: os jornalistas não conhecem totalmente a vida das fontes nos seus espaços e organizações; as fontes não têm acesso ao processo de produção de notícia” (Marinho, 2000, p.52).

Existem três aspetos que o jornalista tem de ter em consideração aquando a escolha e avaliação da sua fonte: a credibilidade, a produtividade e a autoridade. Estes fatores coexistem em harmonia e são necessários para que a fonte seja tomada como válida.

Para falarmos de credibilidade do jornalista, temos necessariamente de falar de credibilidade das fontes. A veracidade das informações obtidas pelas fontes tem de ser

facilmente comprovada, para que as “estórias” sejam tomadas como reais, verdadeiras e/ou credíveis.

Relativamente à produtividade, este fator encontra-se associado às fontes institucionais. São elas que fornecem o material essencial para a realização da notícia, sem que os média tenham de recorrer a um grande grupo de fontes para obter os mesmos dados. Ou seja, torna o processo muito mais acessível e rápido. “Produtividade associa-se não só à quantidade e à qualidade de materiais que uma fonte é capaz de fornecer, mas também à necessidade que os jornalistas têm de limitar – em igualdade de condições – o número de fontes a consultar, de forma a não ter custos demasiado elevados e prazos muito dilatados” (Traquina, 2002, p.117).

O terceiro aspeto diz respeito à autoridade que a fonte detém, no contexto do acontecimento. É um aspeto fundamental que ajuda à credibilidade da peça jornalística, pois quanto mais reconhecida for a posição do (s) indivíduo (s), maior será a confiança e respeito por parte do público. Desta forma, a “hierarquia da credibilidade” encontra-se diretamente associada ao critério da respeitabilidade.

Leon Sigal, citado por Correia (2011), classificou as fontes de informação em três grandes grupos segundo a sua tipologia: de rotina, de iniciativa e canais informais.

As fontes de rotina são associadas não só às agendas predeterminadas pela organização e/ou promotores dos acontecimentos, como às agências oficiais de informação (por exemplo, a agência Lusa ou a Reuters). Os canais informais são os dados fornecidos pelas fontes de informação num ambiente fora da rotina; já as fontes de iniciativa são os pedidos de informação e/ou entrevista realizados pelos próprios jornalistas.

Sendo fontes com princípios distintos, existe sempre a possibilidade/risco de existir um desequilíbrio entre si. “Se não é possível descurar determinadas fontes de rotina, a dependência em relação às mesmas tem que ser equilibrada pelas fontes informais e pelas fontes de iniciativa sob pena de se cair num oficialismo monótono” (Correia, 2011, p.91).

Independentemente da sua tipologia, uma coisa é certa, todos os tipos de fontes têm uma série de objetivos em comum que resultam na procura de 6 factos:

1. Captar a atenção dos média;
2. Marcar e/ou integrar a agenda pública;

3. Apoiar ou aderir a determinadas ideias/produtos;
4. Precaver situações consideradas como “prejuízos”;
5. Neutralizar a posição de interesses da concorrência;
6. Apresentar-se como uma imagem pública positiva.

“Fontes e jornalistas parecem estar ligados por relações que pressupõem diferentes níveis de variação, os quais dependem do tipo de organização das fontes e do tipo de organização das notícias” (Pinto, 2000, p.281). Isto é, quando os jornalistas procuram as suas fontes de informação, procuram também alguns aspetos específicos como a obtenção de informação exclusiva, a confirmação de dados obtidos por fontes secundárias e consequentemente, o esclarecimento de dúvidas no desenvolvimento de conteúdos, a obtenção de avaliações e/ou recomendações de peritos consoante a área, entre outros. Estes aspetos são fundamentais para a realização de uma peça noticiosa (seja ela de imprensa, rádio ou televisão) provida de credibilidade e legitimidade.

Hoje em dia, além dos jornalistas poderem contar com o depoimento dos agentes envolvidos diretamente no acontecimento, existem também outro tipo de fontes disponíveis para consulta, dedicadas especificamente para atender e informar os media.

“Nas últimas décadas (...) foram sendo constituídos campos de saber, instituições diversificadas e uma panóplia de profissionais cuja razão de ser e cujo papel consiste precisamente em posicionarem-se como fontes estrategicamente colocadas na órbita dos media e interessadas em serem desses mesmos media fontes privilegiadas” (Pinto,2000, p.282).

São o caso de fontes de comunicação institucional, os gabinetes de assessoria de comunicação, os gabinetes de imprensa, os conselheiros de imagem e porta-vozes de uma determinada empresa ou instituição, entre outros. Podemos dizer, que existe uma clara formação de uma teia de mecanismos, instituições ou saberes, cujo objetivo é marcar ou fazer parte da agenda mediática. Contudo, foi com o aparecimento da Internet que se deu a grande “revolução das fontes” (conceito introduzido por Manuel Chaparro¹). Desde o desenvolvimento da *World Wide Web* começou a existir uma diluição do papel intermediário dos jornalistas.

¹ Manuel Carlos Chaparro, de origem portuguesa, é doutor em Ciências da Comunicação pela Universidade de São Paulo e professor de Jornalismo na Escola de Comunicações e Artes, da mesma universidade. É também jornalista desde 1957.

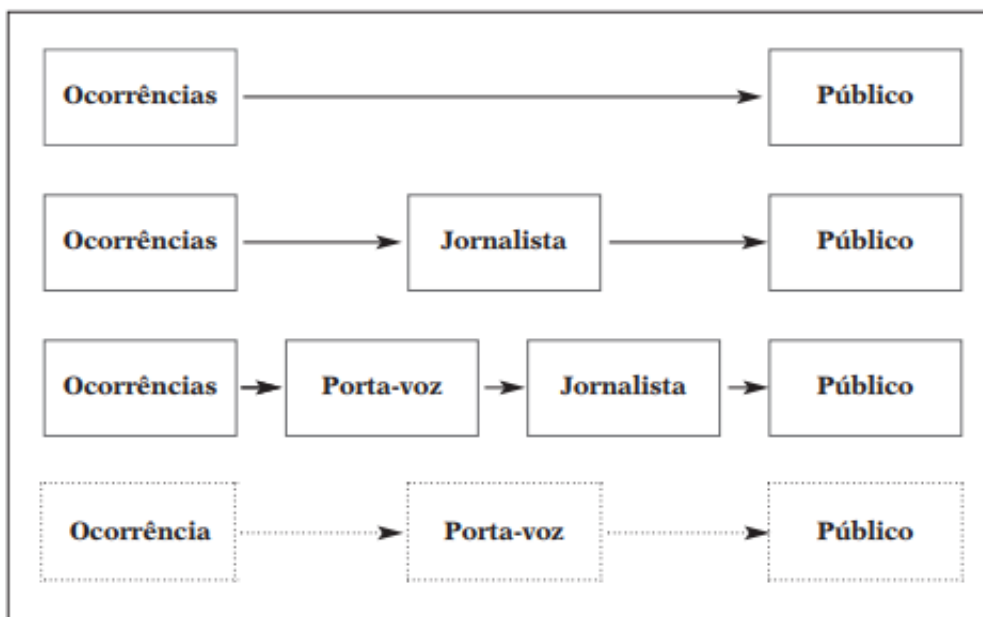


FIGURA 2 - ESQUEMA RETIRADO DO ARTIGO “FONTES JORNALÍSTICAS: CONTRIBUTOS PARA O MAPEAMENTO DO CAMPO”, DE MANUEL PINTO

Isto é, nos dias de hoje, muitas das vezes, todo o cidadão comum consegue ter acesso à matéria bruta ao mesmo tempo que o jornalista. “A tecnologia da difusão tirou do jornalista o poder da notícia e deu às fontes a competência de gerar fatos noticiáveis” (Chaparro, em: *A revolução da fonte no Jornalismo moderno, segundo Chaparro*).

“Consolidando-se as possibilidades, abertas pela componente tecnológica, de uma relação sem intermediários (...), poder-se-á observar que a pesquisa sobre as fontes não se circunscreve apenas às relações dos profissionais da informação com elas, mas igualmente às fontes dessas fontes (...) e não menos importante, às fontes do público” (Pinto, 2000, p.290).

Com a imensa rede de informadores surgem as múltiplas realidades, tornando-se difícil de perceber qual delas é a verdadeira. “A multiplicação e diversificação das fontes (...) representam um sinal da complexificação da vida social” (Pinto, 2000, p.292).

É por isso que, na sociedade contemporânea, aos olhos do público utilizador (não informativo) as fontes informativas vão ser sempre um dos elementos que constituem o fundamento da credibilidade de conteúdos, independentemente do método de acesso.

CAPÍTULO II: A televisão, os telejornais e a informação

2.1. A televisão enquanto meio informativo

A televisão é considerada como o principal meio de construção da realidade visto que é um dos meios com maior abrangência a nível de público, ou neste caso de audiências. Desde a segunda metade do século XX que o poder da imagem tem sido um dos métodos mais influentes no mundo da informação, embora a sua realidade tenha vindo a ser modificada com o avanço dos meios digitais. Se antes era líder na captação de público, hoje tem de adotar algumas estratégias para conseguir atingir novos públicos, nomeadamente os indivíduos de classes etárias mais jovens.

Em Portugal, “o televisor continua a ser o meio de acesso privilegiado, com valores acima dos 90 %, sendo que os restantes dispositivos – computador de secretária/laptop, *tablet* e *smartphone* – registam valores de utilização para consumo de conteúdos audiovisuais sempre abaixo dos 31 %” (ERC, 2016, p.7).

Desde sempre que a televisão é vista como uma arma poderosa, útil, capaz de influenciar a opinião e/ou ações das pessoas. Os media constroem a realidade através dos seus discursos, sons e imagens; e os consumidores convertem-se então em testemunhas dos acontecimentos que pautam a vida pública, sendo que existem alguns que a consideram parte da rotina. A evolução do telejornalismo, isto é, a forma como organiza a sua agenda em função dos factos e a sua capacidade de estabelecer um sistema contínuo de informação, possibilitam-lhe acompanhar o ritmo quotidiano da história e testemunhar a realidade. Daí ser considerado como a grande influência na construção da realidade social.

A busca do singular é a sua grande missão, mesmo quando não há nada de novo a relatar. Ou seja, seja qual for o acontecimento o foco está sempre em encontrar o ângulo certo do incidente, para ser transmitida quase de forma exclusiva. “Quando mais essas imagens forem banalizadas, carregadas de catástrofes e escândalos noticiosos, mais chamarão a atenção dos seus telespectadores e maiores serão as suas audiências” (Brandão, 2010, p.15).

Graças ao *boom* digital, a dramatização da atualidade, segundo Brandão, é um fator em crescimento nos telejornais atuais. É certo que cada caso é um caso (o crescimento do mundo digital varia de nação para nação;, não obstante a televisão teve a

necessidade de aumentar o seu critério de “sedução”, onde o papel principal vai para a emoção e o da razão começa a desvanecer-se. Para que esta sua missão seja bem-sucedida, agora mais do que nunca, existe uma necessidade de procurar a faceta extraordinária do acontecimento. “Quando os acontecimentos excepcionais não existirem a televisão procura, sobretudo, um ponto de vista excepcional, desse ou de outro acontecimento, onde se registre alguma perspetiva dramática e espetacular” (Brandão, 2010, p.62).

Em Portugal, o digital ainda não se instalou na sua totalidade. Os telejornais continuam a prevalecer em relação ao acesso da informação através dos meios digitais, visto que os adeptos das novas tecnologias (para ter acesso a este tipo de conteúdo) são as gerações mais jovens. “De acordo com o portal Statista, em 2014, os portugueses consumiram, em média, 296 minutos de televisão por dia, 26 % acima da média europeia, que se situa nos 234 minutos e em terceiro lugar no ranking” (ERC, 2016, p.34).

O estudo “Novas dinâmicas do consumo audiovisual em Portugal” (2016), realizado pela Entidade Reguladora para a Comunicação Social (ERC), recolheu uma amostra de 1018 inquiridos. A nível da informação, os indivíduos com idades entre os 15 e 24 anos são aqueles que veem menos conteúdos informativos (68,9%). Os grandes consumidores do digital dão prevalência ao consumo de conteúdos como as séries (80,7%) ou filmes (82,2%). Todos estes segmentos são acedidos através de dispositivos móveis como *smartphone*, *tablet* ou computador.

	15 a 24 anos n=135	25 a 34 anos n=159	35 a 44 anos n=177	45 a 54 anos n=183	55 a 64 anos n=147	65 ou mais anos n=217
Informação (ex.: serviços noticiosos, reportagens, entrevistas)	68,9	84,9	93,2	90,7	96,6	96,8
Séries	80,7	74,8	65,5	44,8	35,4	18,9
Telenovelas	54,8	57,2	56,5	57,9	67,3	62,2
Documentários	48,1	58,5	58,2	47,5	43,5	31,8
Desenhos animados	25,2	33,3	23,7	13,1	10,9	1,8
Filmes	82,2	78,0	69,5	62,8	46,9	24,4
Entretenimento (ex.: <i>talent shows</i> , programas de talentos)	45,2	52,8	48,0	47,0	53,7	53,9
Desporto (ex.: jogos, magazines)	50,4	45,3	44,6	45,9	40,8	41,9
Música (ex.: videoclips, programas de rádio, ficheiros áudio)	57,8	44,7	33,9	20,8	10,9	3,2
Nenhum	0,0	0,0	0,0	0,0	1,4	0,9
n=1018 (total de inquiridos)						

TABELA 1 - CONSUMO DE CONTEÚDOS AUDIOVISUAIS POR IDADE (ERC - 2016)

Dentro da categoria da informação, a percentagem de consumo vai aumentando à medida que a idade média vai também crescendo, sendo que é a partir dos 35 anos que os valores chegam a atingir os 90. O público com mais de 65 anos que tem a maior

percentagem de acesso (com 96.8%). Os valores que o antecedem correspondem aos indivíduos inquiridos entre os 55 e 64 anos com (96.6%) e ao grupo com idades entre os 35 a 44 anos (93.2%).

	Total	15 a 24 anos n=93	25 a 34 anos n=135	35 a 44 anos n=165	45 a 54 anos n=166	55 a 64 anos n=142	65 ou mais anos n=210
Televisor	98,4	98,9	97,0	95,8	98,8	99,3	100,0
Computador (secretária/portátil)	13,6	19,4	28,1	21,2	10,2	6,3	3,3
Tablet	5,0	12,9	13,3	7,3	2,4	0,0	0,0
Smartphone	6,1	16,1	12,6	9,1	3,6	0,7	1,0

n=911 (inquiridos que têm por hábito ver informação (ex.: serviços noticiosos, reportagens, entrevistas))

TABELA 2 – ESTUDO RETIRADO DA ERC, “NOVAS DINÂMICAS DO CONSUMO AUDIOVISUAL EM PORTUGAL (2016)”

Quando à forma de acesso aos vários tipos de conteúdos, a ERC (2016) diz que os adeptos do mundo digital são aqueles com menos contacto com a televisão, embora também seja com uma percentagem bastante alta (98,4%). Enquanto que os grandes consumidores de informação, são aqueles com maior percentagem no que diz respeito ao acesso de informação (notícias, entrevistas, reportagens, etc.) através da televisão. O grupo de indivíduos com idades a partir de 65 anos, chega a atingir uma percentagem de 100%. No geral, existe uma clara predominância da televisão, relativamente a outros meios como o computador (seja portátil ou fixo), o *tablet* e o *smartphone*. “The Portuguese media landscape continues to be characterised by a high reliance on television news – and by an increasingly concentrated radio and print sector struggling to remain relevant in a digital world” (Reuters, 2017, p.86)

O estudo da Reuters, em parceria com a Universidade de Oxford, apurou que dos 10 milhões de habitantes lusitanos, a maioria tem acesso aos conteúdos informativos através dos canais de televisão mais conhecidos: SIC com 74%; TVI com 61% e a RTP com 52% da população.

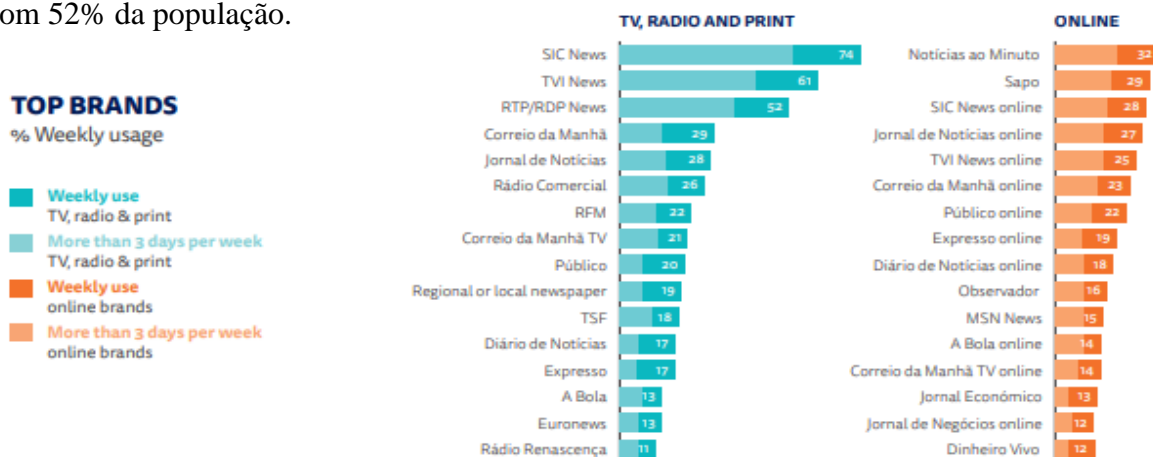


GRÁFICO 2 - CONSUMO INFORMATIVO EM PORTUGAL. GRÁFICO RETIRADO DO RELATÓRIO DA AGÊNCIA REUTERS DE 2017 (P.86)

2.2. Os telejornais como principais noticiários televisivos

O jornalismo televisivo é um dos principais veículos de conhecimento e promoção de sentido sobre a realidade existente no nosso quotidiano, de modo a que a realidade social possa ser construída como realidade pública e, coletivamente, relevante. “A televisão representa e define o mundo em que vivemos, sobretudo pelo modo como proporciona conhecimento através de novas formas de interação, relações sociais e produção de informação” (Brandão, 2010, p.64).

Desta forma, os telejornais são, então, determinantes para o exercício pleno da cidadania, pois contribuem para a recuperação dos nossos valores comunitários e na definição da esfera pública, mantendo-a afastada da valorização dos olhares e das escolhas cheias de futilidade. O serviço público não deve tomar o telespectador como um produto, até pelo contrário, deve procurar novas formas de se fazer chegar a públicos diferentes, a novos públicos, sem se esquecer, é claro, dos de cultura popular.

Segundo Francisco Rui Cádima (2010), o formato do telejornal em Portugal, foi implementado na televisão pública no dia 19 de outubro de 1959. A grande preocupação estava em não provocar quaisquer suscetibilidades no próprio sistema político monopartidário. Na linha de orientação da época, os eventos associados a figuras da nação e da administração pública eram tomados como uma secretaria de redação diretamente dependente do próprio poder. Estas duas figuras eram inevitavelmente integradas na maioria dos alinhamentos dos jornais televisivos.

A televisão enquanto meio de serviço público não se pode e/ou deve focar apenas nas audiências. Tem de ter em consideração os vários setores da sociedade contemporânea, de forma a promover heterogeneidade nas suas emissões. É por isso, que o principal objetivo do jornalista, operador de serviço público dos media, deve consistir em garantir uma programação complementar e/ou alternativa às televisões comerciais privadas.

“(…) as audiências geradas na televisão pública devem (…) ser vistas como verdadeiros indicadores para se podere estudar e compreender melhor as evoluções, os estilos de vida, as tendências e as transformações culturais. Por isso, a televisão pública deve ser uma televisão com ideias que ultrapassem as visões meramente mercantilistas, e que, a par do entretenimento, se preocupe

principalmente com os aspetos educacionais e culturais da sociedade” (Brandão, 2010, p.35).

Na teoria encontramos o que é o correto, contudo será que na prática isto acontece? A informação é dos conteúdos com mais “tempo de antena” na pequena caixa mágica, como muitos a reconheciam. Com a rápida evolução tecnológica, houve a necessidade de adaptar os meios informativos à realidade dos dias de hoje.

O *boom* digital trouxe ao pequeno ecrã, o surgimento de novos canais privados em que muitos deles são exclusivamente dedicados ao que se passa no mundo. Falamos dos canais informativos de 24 horas, como é o caso da TVI 24, SIC Notícias e a RTP3. Ora, mais canais informativos significa mais concorrência para os tão conhecidos canais generalistas (TVI, SIC, RTP) que dedicam espaços específicos à informação, embora estes detenham uma vantagem: o facto de serem gratuitos e acessíveis a todo o tipo de público.

“Logo cedo, Bom dia Portugal na RTP, Edição da Manhã na SIC, Diário da Manhã na TVI. Ao almoço, às 13h em ponto, uma hora e meia de Jornal da Tarde, Primeiro Jornal e Jornal da Uma. Ao jantar novo reforço, às 20h, com mais uma hora de Telejornal e hora e meia de Jornal da Noite e Jornal Nacional” (Borges, 2017, p.37).

Graças à realidade em que vivemos e ao grande número de concorrência, a televisão tem alguma tendência em enfatizar os acontecimentos tomados como “informação-choque”. Isto é, a prática jornalística televisiva destaca os acontecimentos dramáticos e/ou chocantes, deixando um pouco de parte os assuntos geradores de valores cívicos. Nos dias de hoje, este meio acaba por se reger baseando-se numa perspetiva mercantilista de consumo de massas, que consiste precisamente no oposto do que seria considerado como correto, segundo Brandão.

“Ao transmitir-se imagens negativas e violentas da vida social, como se elas estivessem desligadas da importância da preservação da sociedade, é o mesmo que aceitarmos a demissão de construir ou contribuir para uma sociedade mais justa e solidária” (Brandão, 2010, p.53).

A televisão, como meio de abertura da sociedade a ela própria, ao colocar-nos perante múltiplos estilos de vida, acaba por nos (des)contextualizar do momento que estamos a viver. É por isso que deve corresponder com uma informação competitiva mais

objetiva e/ou sóbria, equilibrada, diversificada e autónoma, de forma a evitar o populismo por mais compensador que este seja, tanto a nível comercial como publicitário.

Hoje em dia, a televisão enquanto meio jornalístico corre o risco de sobrepor o espetacular, ao valor e ao rigor informativo. Podemos dizer que o pequeno ecrã está a entrar numa “crise de identidade” por várias razões. Por um lado, Dinis Alves (2011), descreve que na realidade televisiva existe:

“Amarelização dos conteúdos informativos, transformando os telejornais em espetáculos de variedades noticiosas ou em autênticos jornais do crime em sessão contínua; privilégio à violência e transmissão de futilidade; grelha noticiosa servindo os interesses da estação, mesmo que para tal se tenha que recorrer à manipulação mais despudorada; conteúdos e duração dos telejornais servindo os interesses da contra-programação, gerando inevitável saturação dos telespectadores; redução drástica do jornalismo de investigação; potenciação sinérgica com outras empresas do grupo, tendo em vista a redução de custos e a publicitação gratuita dos órgãos citados; recurso reiterado a um grupo reduzido de fontes; dependência excessiva das agências, noticiando de forma delegada, nomeadamente na informação do estrangeiro” (Alves, 2011, pp. 38/39).

Por outro lado, ao falarmos de crise de identidade falamos necessariamente da captação de novos públicos. Embora Portugal seja um país onde os meios digitais não criam grande impacto, as gerações mais jovens representam a pequena percentagem de adeptos de dispositivos móveis para consumo de informação. O desafio está, então, em determinar estratégias e novas formas de os cativar para o mundo dos telejornais.

“As notícias audiovisuais continuam a despertar interesse, mas as novas gerações estão a migrar para a plataforma digital. Não será, então, que o caminho passa pela adaptação da informação das televisões a este meio? Sim, isso já se percebeu. Só não se percebeu é como” (Borges, 2017, p.37).

2.3. O alinhamento dos telejornais

Num mundo onde cada um de nós tem a sua forma de pensar, as suas perspetivas e/ou opiniões e as suas culturas é difícil de saber o que é ou não importante para o crescimento da sociedade enquanto um todo. Os média, surgem como uma forma de

organização de conteúdos da realidade, acabando por os tornar racionais, sempre com o objetivo de que estes ajudem a estimular a opinião pública.

Com o objetivo de construir uma realidade pública relevante, o jornalista tem de ser tomado como a fonte que produz e reproduz um tipo de conhecimento para a sociedade. Quais são os riscos que estão subjacentes?

“A informação televisiva, sobretudo nos seus telejornais, se não inverter algumas das prioridades, corre então o risco de desencorajar a busca de sentido” (Brandão, 2010, p.63).

Como elemento fundamental para a sociabilidade entre cidadãos, existe sempre um grande cuidado na seleção de conteúdos e/ou notícias. Vivemos num mundo onde existe mais informação que no passado, embora com menos sentido; onde reina o imediatismo da informação. Logo, existe sempre o risco de cair na encenação da comunicação, acabando por (des)informar o público. Com a dominância do audiovisual, o homem torna-se num mero telespectador de tudo, que está sempre sujeito e/ou dependente da dinâmica da imagem televisiva.

“Através da representação que faz da realidade e do forte sentimento de participação que promove, a televisão é um elemento decisivo para a formação de uma sociedade mais humana, pluralista e com elevado sentido de responsabilidade social e de cidadania” (Brandão, 2010, p.38).

Os telejornais, como principal programa de informação televisiva diária, são fundamentais para a recuperação dos valores comunitários na definição da nossa esfera pública. Uma esfera longe das superficialidades informativas.

“Os media dizem-nos cada vez mais sobre o que devemos pensar e, por isso, hierarquizam temas e gere uma atividade simbólica que perspetiva a «produção de sentido» como um trabalho permanente, de modo a tornar mais perceptível a própria realidade social” (Brandão, 2010, p.98).

Os alinhamentos são planeados por blocos. Cada editor do jornal sabe de quantas peças precisa para preencher o tempo de jornal que lhe foi destinado e o tempo atribuído a cada bloco, contando sempre com a obrigatoriedade da duração estabelecida para o intervalo

Como tal, é necessário organizar os conteúdos informativos, relevantes para a opinião pública, para que o essencial da realidade seja transmitido. Surge então a necessidade de um alinhamento para os telejornais, que consiste na ordem de organização das notícias e tudo o que isso envolve. Embora seja um conceito bastante simples à primeira vista, este é também questionável e relativo, visto que cada indivíduo tem a sua perceção do que é ou não importante.

“Estes alinhamentos informativos constituem a disposição da tematização no noticiário televisivo. Através deles há material noticioso que ganha mais notabilidade, quer pelo tempo disponibilizado, quer pela sua posição hierárquica no jornal” (Costa, 2011, p.18).

Se pensarmos em tudo o que o alinhamento envolve, é claro que este conceito se torna bastante complexo à vista do cidadão comum. É no alinhamento que encontramos o espaço onde estão expostas todas as indicações fundamentais para a realização e produção de um jornal de televisão. Desde os nomes das notícias, reportagens, diretos, entrevistas ou outros tipos de conteúdos televisivos e a ordem pelos quais estes são transmitidos, até à identificação do suporte de vídeo, áudio e a sua duração. Sem esquecer, é claro, outros tipos de dados de natureza técnica essenciais para o trabalho de cada equipa de realização.

A produção do alinhamento obedece a determinados critérios jornalísticos e editoriais, tendo em vista o público-alvo e a orientação do programa. Cada telejornal tem o seu método de organização, é por isso que os alinhamentos se vão alterando de meio para meio. Uma coisa que nunca se pode esquecer, independentemente do meio, é a notabilidade dos acontecimentos. “Claro que a estratégia do alinhamento difere de canal para canal, de noticiário para noticiário, de dia para noite e de semana para fim de semana, pois os profissionais que o fazem e os públicos que a ele assistem não são os mesmos” (Borges, 2017, p.38) .

Por norma, os alinhamentos são planeados por blocos. Cada editor do jornal sabe de quantas peças precisa para preencher o tempo de jornal que lhe foi destinado e o tempo atribuído a cada bloco, contando sempre com a obrigatoriedade da duração estabelecida para o intervalo. Este método de organização é fundamental para termos uma melhor noção do tempo destinado a cada notícia, mas também torna o processo de fazer cair uma peça e voltar a inseri-la noutra bloco de notícias, mais difícil (ou vice-versa).

Normalmente, a subida de peças no alinhamento justifica-se com a comparação com os canais da concorrência.

Os editores do telejornal têm sempre de ter alguns aspetos em consideração, quando estão a realizar a sua estrutura. Estes vão determinar qual a peça com a informação mais forte e que vai captar o maior número de telespectadores (considerando os seus interesses e opiniões), para ser a notícia de abertura. O resto da organização é realizada tendo sempre em consideração o equilíbrio dos fatores de importância, interesse e curiosidade, alinhando as peças de forma a ser viva e dinâmica, através dos conhecidos “picos de interesse”.

“É nesta altura da decisão que os editores escolhem a forma de tratamento do tema: ou uma simples reportagem, um conjunto de peças que aborde a questão sob várias perspetivas, ou tudo isto e ainda uma ligação em direto. Existe também a possibilidade de realizar uma entrevista em estúdio, de forma a enquadrar o tema e permitir uma compreensão completa de todos os seus quadrantes” (Costa, 2011, p.19).

O telejornal tem de ser um momento dinâmico para não perder a atenção dos telespectadores. Não pode ou nem deve ser monótono. A proximidade facto/audiência também são fatores a ter em conta aquando da construção normal da linha de peças jornalísticas.

Não podemos tomar os factos como algo fixo e imutável, até pelo contrário, a cada hora que passa estão a acontecer coisas novas. Este fator torna o alinhamento de notícias uma coisa em contante mudança, aberto a novas ocorrências. “O plano que inicialmente sai da reunião com os editores e chefes de redação muito raramente é aquele que acaba por se manter até o jornal estar no ar” (Costa, 2011, p. 23).

Os editores têm de ter cuidado com a imprevisibilidade dos acontecimentos que, na sua grande maioria são aqueles mais visionados pelo público, tendo de ser obrigatoriamente integrados no alinhamento do dia. Mesmo que para isso tenham de ser realizar alterações de última hora, já no decorrer do jornal. Estamos a falar de ocorrências consideradas como desastres naturais (terremotos, cheias, deslizamento de terras, etc.) ou não naturais (acidentes e incêndios).

Em dias da semana, a estruturação dos alinhamentos dos jornais do dia move-se sempre com o fator tempo. Os da manhã relatam essencialmente tópicos abordados no

dia anterior, sem esquecer, é claro, as novas ocorrências que se passam durante a madrugada ou situações de última hora.

A hora de almoço é sempre mais agitada, visto que grande parte dos eventos em agenda ocorrem ao longo da manhã até ao meio dia, o que acresce uma grande pressão no jornalista e no editor, em relação ao fator tempo. “Depois, um novo dia traz sempre novos assuntos e acontecimentos e o volume de assuntos a noticiar excede sempre o tempo disponível. Os diretos acabam por ser a boia de salvação, pois o tempo para fazer um trabalho profundo e cuidado é pouco” (Borges, 2017, p.38).

À hora do jantar volta tudo a acalmar. O alinhamento é composto por algumas peças do dia (seja em sumário ou até um prolongamento da mesma) juntando os espaços dedicados aos comentadores e/ou entrevistas em direto, e até um momento de entretenimento a encerrar o jornal (como é o caso do Jornal das 8 da TVI).

Já nos fins-de -semana, o cenário é diferente. Como são menos profissionais em serviço, a redação e os temas têm de ser bem planeados e pensados para que corra tudo dentro da normalidade, salvo raras exceções. Há também a possibilidade de algumas peças serem realizadas durante a semana que são adaptadas para rodar no fim de semana. “Nestes dias a redação fica bastante reduzida e o volume de eventos diminui. Para precaver a “ruptura no stock da atualidade” (Alves, 2011, p. 127) usam-se também os embargos, trabalhos previamente preparados e que não morrem no próprio dia, podendo passar a qualquer altura pelo seu carácter intemporal” (Borges, 2017, p.38).

2.4. A informação espetáculo e /ou infotainment nos telejornais

“Nos atuais telejornais a recolha de imagens determina a informação, e a forma sobrepõe-se ao conteúdo” (Brandão, 2010, p.15).

Graças à predominância das imagens, o público enquanto telespectador limita-se a registá-las diariamente, sem pensar em qualquer género de contextualização prévia. “Na atual visão da informação televisiva, são selecionados, em primeiro lugar, as notícias geradoras de choque ou de entretenimento, o que acaba por distorcer a perceção que os cidadãos têm da própria realidade e dos mais importantes acontecimentos que acontecem na sociedade” (Brandão, 2010, p.157).

Grande parte das vezes, a informação transmitida é acompanhada pela espetacularidade e pela dramatização, ou seja, pela “diversão”, com o objetivo de os números de audiências serem esmagadoramente positivos, em relação à concorrência.

Seguindo a linha do dramático, a realidade em televisão acaba por promover uma “desrealização do mundo onde a massa fantástica das imagens estilhaçou as construções simbólicas” (Brandão, 2010, p.35).

A tragédia é um exemplo de um tipo de conteúdos “adorados” (mais visionados) pelos telespectadores. Seja ela de que natureza for (histórica, humana, natural...) é um dos temas que torna a atualidade como objetivo máximo da dramatização. De certa forma, o dramatismo passa a ser o *background* da maioria das notícias, e conseqüentemente, dos telejornais. Fator que acontece sempre numa lógica inconsciente da emoção. Desta forma, corremos o risco de entrarmos no campo da desinformação, que não é mais do que a transmissão de conteúdos irrelevantes, fragmentados e superficiais, criando a ilusão de que sabemos de algo, a menos que isso seja mentira.

“(...) cresce o domínio de uma informação espetáculo deixando-se para segundo plano uma informação refletida” (Brandão, 2010, p.160).

A guerra entre os meios informativos é cada vez maior. Se a matéria e/ou acontecimentos são comuns a todos os meios, cada um deles tem de transmitir uma perspectiva única de forma a conseguir cativar quem está a ver. A ideia é de reforçar o aumento de audiências, deixando algumas vezes de parte a objetividade informativa. Mas este não é o único fator de surgimento da informação-espetáculo. Não nos podemos esquecer da influência de vários fatores na estação televisiva em questão, nomeadamente o fator económico. Mais audiências, requer mais investimento, que por sua vez está relacionado com o aumento das receitas publicitárias.

“Ao procurar comunicar desde a melhor perspectiva, o jornalista vê-se obrigado a selecionar, destacar e reordenar alguns aspetos. A mediação pode assumir assim a manipulação” (Canavilhas, s/d, p.2.).

Há uma necessidade de adotar um método seletivo de hierarquização, de forma a determinar qual o grau de atenção e de destaque que um acontecimento noticioso merece, no que diz respeito ao seu “tratamento” informativo. Se o jornalista já tinha uma série de valores em raciocínio, no mundo da televisão o número volta a crescer. Aquando da

abordagem de ocorrências, João Canavilhas introduz novos valores-notícia para que o enquadramento em televisão seja bem-sucedido:

1. Previsibilidade: quanto mais previsível for o acontecimento, maior é a probabilidade de ser coberto e tomado como notícia. Embora o imprevisível seja o que atrai grande parte dos telespectadores, o planeamento dos acontecimentos é fundamental devido à necessidade de seleção de material que seja para utilizar;
2. Valor das imagens: uma boa história sem imagens não tem futuro como notícia. As imagens são uma das peças principais do puzzle do jornalismo televisivo;
3. Custos: o fator económico é um dos que mais pesa na triagem de ocorrências, visto que o envio de uma equipa para um acontecimento tem alguns custos elevados.

Por *infotainment* entendemos peças jornalísticas superficiais, sem contexto, demasiado negativas e focadas em escândalos e/ou catástrofes. A informação negativa é cativante de forma a se manter memorável na cabeça do telespectador. Neste género de peças, o jornalista tem de ter em atenção as cenas mais violentas, suscetíveis de ferir a sensibilidade do público. Evitá-las não é opção, portanto, a solução consiste em alertar o pivot, a apresentar o telejornal, para avisar *a priori* que se tratam de conteúdos violentos. Assim, os telespectadores ficam logo em alerta face às imagens que possam a vir ser transmitidas.

Galtung e Ruge (1965) enumeraram quatro razões de forma a justificar a seleção de eventos negativos por parte dos media:

1. Satisfazem melhor o critério de “frequência”. São acontecimentos (notícias) que, na sua grande parte, acabam por ser acompanhadas em toda a sua evolução;
2. São mais consensuais e inequívocos. As imagens apelativas e/ou emotivas – a realidade nua e crua - são recebidas da mesma forma por todo o tipo de público.
3. São mais consonantes. Os dados apurados pelos jornalistas são específicos e, normalmente, comprovados por entidades competentes que variam consoante o tipo de ocorrência em questão.

4. São inesperados. As catástrofes são difíceis ou quase impossíveis de serem previstas, sejam elas de que natureza forem (humanas, naturais, etc.)

“O telespectador quer o acontecimento embrulhado em papel de espetáculo e os empresários televisivos vibram graças ao crescimento de audiências que isso lhes proporciona” (Canavilhas, s/d, p. 8).

A informação- espetáculo é reconhecida pela sua falta de consistência e pela sua grande capacidade de especulação, o que faz com que a credibilidade decresça acentuadamente. Os riscos a que este tipo de conteúdo está subjacente são descritos, por João Canavilhas, através de quatro conceitos:

1. Sensacionalismo: resulta da combinação de 3 ingredientes infalíveis- sexo, sangue e dinheiro, sem esquecer é claro a junção de uma pitada do aparentemente inesperado, o falso exclusivo ou o surpreendente. A fórmula foi bem conseguida pelas peças jornalísticas de *infotainment*;
2. Ilusão do direto: a informação em tempo real maximiza a emoção. “Se ao direto se associar o imprevisto, então a informação— espetáculo atinge o seu ponto mais alto” (p.9);
3. Uniformização: no direto as imagens são transmitidas em bruto. Não existem pontos de vista, correndo o risco de se cair em redundância. Existe apenas a liberdade de comentários. “Não há referências históricas, não há recurso à técnica, nem hipóteses de simulação”. (p.9)
4. Efeitos perversos: os diretos e as simulações fazem com que o telespectador manipule o seu próprio juízo de valor. Os indivíduos, baseados exclusivamente pelas imagens transmitidas, ficam altamente condicionados acabando por realizar juízos *a priori*.

2.4.1 O espetáculo e a importância do direto

“O culto ao espetáculo como ritual sempre existiu em todos os tempos. No entanto, o que se vê agora é um espetáculo presente em todos os lugares, acessível, sem interrupções muitas vezes, e em “tempo real”, bastando para isso o acesso aos meios de comunicação” (Piccinin, s/d, p.3).

Para que haja espetáculo informativo têm de existir, necessariamente, dois fatores em cena: uma atividade que se oferece e uma personagem que a contempla. Na televisão a observação é claramente dominante, quando comparada com a arte da explicação. Isto acontece, pois, o foco encontra-se no insólito, no excepcional, no chocante, só dessa maneira é que consegue ganhar a atenção de todo o tipo de telespectadores. “Sendo a televisão um meio tecnológico muito associado à imagem, quanto mais emoção, força e encenação e preparação tiverem as imagens, mais facilmente as pessoas ficam presas ao ecrã e entusiasmadas ou focadas no assunto retratado pela televisão.” (Gomes, 2013, p. 42)

Na escolha dos conteúdos noticiosos, propícios a se tornarem informação-espetáculo, Canavilhas (s/d) explica que existem certos fatores que o editor tem de ter em consideração:

1. Seleção de dramas humanos: procura-se explorar os sentimentos mais básicos da pessoa, pondo em destaque casos de insatisfação das necessidades básicas identificadas por Maslow, nomeadamente as necessidades fisiológicas e de segurança;
2. Reportagem direto: recurso ao enquadramento local, se possível na hora do acontecimento, tirando sempre partido da emoção oferecida pelo repórter no papel de testemunha da ocorrência;
3. Dramatização: ênfase da utilização de gestos, do rosto e da expressão verbal (volume, tom e ritmo de voz) com o fim de emocionar quem está do outro lado do pequeno ecrã. Por norma, a dramatização clássica é conseguida através de cinco maneiras: o exagero, a oposição, a simplificação, a deformação e/ou a amplitude emocional;
4. Efeitos visuais: o esforço do campo da montagem e pós-produção acaba por conseguir manipular qualquer tipo de acontecimento, através da escolha de imagens mais elucidativas e emotivas.

“A realidade depois de preparada passa a ser vista como um espetáculo encenado e dramatizado pelos meios de comunicação” (Gomes, 2013, p.43).

Sabemos que a realidade é algo difícil de representar pois ao realizarmos uma seleção de imagens e/ou de planos específicos, estamos a delimitar a linha do tempo e do espaço das ocorrências. Desta forma, a coerência é algo que não pode ser posto de lado, pois só desta forma é que quem está a ver não irá notar a existência de algum tipo de corte. Canavilhas (s/d) delineou três linhas essenciais no processo de construção de conteúdos informativos (notícias) em televisão, para que estas não corram o risco de serem mal interpretadas, ou até mesmo de não serem compreendidas pelos telespectadores.

1. Simplificação: o objetivo é eliminar os elementos de difícil compreensão para que a notícia chegue a todo o lado, assim como a todo o tipo de público;
2. Maniqueísmo: a informação procura delinear sempre o bom e o mau da “estória”;
3. Atualização e modernização: os acrónimos intencionais e a constante atualização de conteúdos são outra maneira viável de facilitar a compreensão da informação que está a ser transmitida.

O impacto e a espetacularidade dos conteúdos informativos residem na capacidade de oferta que a televisão tem de transmitir uma imagem da realidade mais completa, do que a experiência que qualquer indivíduo conseguisse ter no próprio local. Como tal, o direto assume um papel fundamental na captação da atenção dos telespectadores.

“(…) um aspeto merece atenção: o direto televisivo, utilizado cada vez mais nos telejornais e nos noticiários, é também um dos trunfos utilizados pela televisão para criar envolvimento com o telespectador e é ele próprio considerado uma informação espetacular” (Gomes, 2013, p.43).

Para além do direto, o pivot assume uma posição fundamental no processo de dramatização informativa. Este é o ator e/ou personagem responsável por fazer acreditar os outros na informação que está a transmitir. Contudo, para a sua missão ser bem-sucedida ele tem de recorrer a estratégias e pequenos truques de dramatização, mencionados anteriormente. Um exemplo bastante conhecido é o conceito de “fachada”.

“A fachada é o equipamento expressivo padronizado, inconscientemente ou intencionalmente, que o indivíduo utiliza para definir com mais clareza a situação noticiada” (Canavilhas, s/d, p.7).

Por fim, chegou a vez da maior influência para que uma notícia se torne um alvo de entretenimento. Falamos do trabalho de pós-produção que fica ao encargo da equipa de edição. “A decisão de mostrar umas imagens e ocultar outras, a distribuição de imagens ao longo da peça e a sua própria sequência permitem uma infinidade de possibilidades para explorar a vertente espetacular da notícia” (Canavilhas, s/d, p.7).

São elementos específicos como uma imagem ou frase chocante/impactante, um apontamento a dizer informação exclusiva ou uma voz distorcida, que captam a atenção do público, e consequentemente que geram audiências.

“Hoje tudo se mede pela sua atualidade, ou seja, os acontecimentos deixam de ser encarados na ação e passam para a especulação, para a reação em cadeia, no fundo para uma crescente desinformação” (Brandão, 2010, p.132).

CAPÍTULO III: O lugar de Estágio

A Televisão Independente (TVI) foi fundada por um grupo de acionistas ligados às entidades ligadas à religião católica. A sua história resume-se em dois momentos fundamentais: antes e depois da entrada do grupo Media Capital, um dos grupos mais conhecidos na atualidade. Fundado em 1992, ele ficou reconhecido pela sua atividade na área da imprensa, com a existência do jornal “O Independente” (1989). Contudo, foi a partir de 1997 que o grupo teve a sua maior expansão, através da aquisição de duas estações de rádio: a rádio comercial e a rádio nostalgia.

Foi também em 1997, que o grupo entrou no capital social da TVI com a compra 30% da estação televisiva. Nesse ano houve a necessidade de uma reformulação visto que até então a TVI registava um fraco desempenho em termos de audiências e de receitas publicitárias.

As primeiras emissões experimentais enquanto segundo canal privado deram-se a 20 de fevereiro de 1993. A TVI era o quarto canal generalista e a quarta rede nacional de televisão começando a ser reconhecida como a 4. Em outubro do mesmo ano, a emissão tornou-se a regular a nível nacional, incluindo os arquipélagos da Madeira e dos Açores.

A informação, a ficção nacional, o entretenimento, as séries internacionais e o cinema são temas que acompanham a jornada da TVI desde o seu primeiro dia. Em 1998, José Eduardo Moniz assume a liderança da estação como diretor geral, deixando a igreja católica fora da direção.

O ano de 2000 foi o ponto de reviravolta para a “quatro”. Foi neste ano que se deu o seu crescimento exponencial enquanto canal graças à aposta nos *reality shows* e na ficção nacional (telenovelas e séries nacionais).

Em 2005, o grupo Media Capital foi comprado pelo conglomerado espanhol – Prisa - e a TVI torna-se pela primeira vez a líder absoluta de audiência no espaço de tempo chamado de *all-day*, que se concentrava entre as sete e as duas e meia da manhã. Foi um momento histórico visto que conseguiu bater o recorde que a SIC detinha à 10 anos consecutivos.

Com um futuro promissor, os objetivos começaram a crescer também. Surge em 2010, a oportunidade de expansão para o mercado internacional. O canal TVI Internacional teve as suas primeiras emissões a 30 de maio desse mesmo ano, com a

missão de chegar a todos os telespectadores lusitanos espalhados pelo mundo, sem esquecer é claro dos países onde o português é uma língua oficial. Contudo, os triunfos não terminaram por aqui. Nesse mesmo ano, a 4 de outubro, começaram as primeiras emissões da TVI Direct, um segmento desenhado exclusivamente para a transmissão ao longo de 24 horas, do dia a dia nos *reality shows* (neste caso da primeira edição da Casa dos Segredos). Sem esquecer também da vitória dos prémios internacionais *Emmy* da telenovela “Meu Amor”, na categoria de melhor telenovela.

No ano seguinte, nomes como José Fragoso, José Alberto Carvalho e Judite de Sousa vem da RTP para integrar a equipa da informação da “quatro”, enquanto Diretor-Geral, Diretor de Informação e Diretora Adjunta de Informação, respetivamente. Em 2012 e 2013, surgem a TVI Ficção, na MEO, e a +TVI na NOS.

O ano de 2015 é também promissor, com a nomeação da novela “Mulheres, nos prémios internacionais Emmy, novamente na categoria de melhor telenovela. A 3 de junho a TVI reforça a sua presença digital com o lançamento da plataforma TVI Player. Esta permite aos telespectadores acederem a qualquer tipo de conteúdo dos canais TVI, seja em direto ou *on demand*.

No mundo da televisão, 2016 ficou marcado pela queda geral de audiências, em todos os canais. Num cenário menos promissor, a TVI sofre uma mínima queda, mas sem nunca deixar a sua posição de líder de audiências.

Já o ditado diz “depois da tempestade vem a bonança” e 2017 foi a altura para um novo começo, uma mudança, nomeadamente a nível gráfico. A 20 de fevereiro a quatro abandona o seu logótipo em esfera criado há 17 anos atrás, para adotar o seu logótipo atual.

Foram 25 anos de história e uma jornada que promete não ficar por aqui.

Em 2018, a Prisa tentou vender o grupo Media Capital à empresa francesa de telecomunicações (Altice) num processo que ficou sem efeito, devido às dúvidas colocadas pela Autoridade da Concorrência.

CAPÍTULO IV: Estudo de Caso

Ao longo de todo o processo de construção e descobrimento do objeto de estudo do presente relatório, a escolha da temática em si foi um caminho meio atribulado. Foi durante a minha “estadia” de três meses no local de estágio – TVI delegação do Porto-que acabei por perceber o foco da investigação.

Durante estes meses, através da observação direta das rotinas diárias dos jornalistas (desde o momento em que o “serviço” lhes era atribuído, até à própria abordagem que acabava por ser feita) consegui perceber como tudo funcionava dentro do meio da televisão. O direto é uma das técnicas mais praticadas e valorizadas em qualquer tipo de acontecimento, pois é a forma mais eficaz de criar uma conexão com os telespectadores, e consequentemente, causar o aumento de audiências.

Todo o acontecimento, independentemente da sua categoria (sociedade, crime, justiça, política, etc.) é mais valorizado por parte do público quando a própria peça jornalística tem um direto realizado do local. Na maioria das vezes, torna o acontecimento mais impactante do que realmente é. Anteriormente considerado como um método essencial para a passagem de uma mensagem importante (de uma informação de última hora por exemplo), hoje o direto é um processo que começa a estar cada vez mais banalizado, ao ponto de por vezes não acrescentar nada à estória.

Um dos exemplos mais conhecidos deste género de casos é precisamente o estudo de caso selecionado: o resgate da equipa de futebol e do seu treinador que ficaram presos numa gruta do norte da Tailândia no Verão de 2018. Embora a TVI fosse única equipa jornalística portuguesa no local, as informações acerca do número de crianças resgatadas não vinham da mesma, mas sim das agências internacionais de informação.

Ora neste caso, se o objetivo não era dar em primeira mão a informação considerada como a mais relevante, qual era o papel desempenhado pela equipa da TVI neste ambiente? Uma questão que nos leva à pergunta de partida de toda a investigação: porque é que são realizados diretos (televisivos e telefónicos) do local se as informações mais relevantes já tinham sido divulgadas por outro tipo de meios?

Antes de formular qualquer tipo de hipóteses é necessário lembrarmos como tudo se passou.

4.1 O acontecimento que fez mover o mundo

Um dos casos mais emblemáticos a que tive oportunidade de assistir “dentro dos bastidores”, no decorrer dos três meses de estágio, foi um acontecimento de escala mundial: o resgate realizado na Tailândia.

Tudo parecia um dia normal na redação, quando soou o primeiro alerta da agência lusa, no dia 3 de julho de 2018, acerca dos 12 rapazes e do seu treinador de futebol, que se encontravam desaparecidos desde o dia 23 de junho. A equipa, composta por jovens entre os 11 e os 16 anos, juntamente com o técnico, entraram na caverna de Tham Luang Nang Non, no norte da Tailândia para se abrigarem da chuva depois de um jogo de futebol. A intensidade da chuva era tão forte e constante que acabou por inundar a gruta, bloqueando a saída.

Os jovens e o técnico acabaram por ficar presos durante, sem conseguirem estabelecer contacto com o mundo para procurar ajuda. Uma mãe de um dos jovens da equipa deu o alerta de desaparecimento do filho, dando o arranque às buscas da equipa. Só depois de nove dias, mais especificamente no dia 2 de julho, é que estes foram localizados. Deu-se um suspiro de alívio, sem saber que o pior ainda estava para vir.

Até então toda a cobertura mediática tinha sido dentro dos parâmetros normais. Foi nesta altura que o acontecimento se tornou algo impactante a nível mundial, pois estávamos perante um dos resgates mais complexos de realizar com sucesso. Equipas de socorro de todo o mundo, deslocaram-se à província de Chiang Rai para participar nas operações de resgate dos jovens.

Esperar que as chuvas intensas parassem para que a equipa de resgate conseguisse drenar a água que estava na gruta, era a primeira opção em cima da mesa. Desta forma, os jovens e o seu treinador conseguiriam percorrer os 8 quilómetros de comprimento e sair pelo seu próprio pé, sem qualquer tipo de riscos. A segunda alternativa já não parecia assim tão simples. Sem qualquer alternativa de retirar a água da caverna, competia à equipa de resgate ensinar o grupo a fazer mergulho, para conseguirem sair em segurança. Um grande desafio, visto que a maioria dos jovens não sabiam nadar.

A 6 de julho, um mergulhador tailandês de 38 anos morre durante as primeiras tentativas de resgate. O antigo membro dos fuzileiros depois de entregar a sua reserva de oxigénio, ficou sem oxigénio para regressar à superfície. Restavam então duas

alternativas para a operação de resgate. Nesta fase, o governador da província afirma que as crianças, mesmo com as poucas lições de mergulho, não se encontram preparadas para mergulhar.

A 13 quilómetros da gruta, o terreno já estava repleto de equipas jornalísticas de todo o mundo. De Portugal só estavam presentes a jornalista Judite de Sousa e o repórter de imagem Ricardo Silva da TVI.

O acontecimento começou a subir nos alinhamentos tanto do jornal da uma, como no jornal das 8, havendo sempre (em algum deles) a existência de diretos do local. Passou de uma mera peça jornalística para o tema de destaque durante (cerca de) quatro dias seguidos.

Assim, a equipa de operações de resgate decidiu esperar algumas horas para perceber se havia a possibilidade de porem em prática o primeiro plano. Dois dias depois, e sem qualquer perspetiva que o cenário melhorasse, arranca o segundo processo de resgate e as primeiras vítimas são retiradas.

A 8 de julho, 4 dos jovens foram retirados são e salvos, deixando uma expectativa promissora para as seguintes fases do resgate. As próximas operações seriam retomadas 10 horas após o primeiro salvamento para que as garrafas de oxigénio fossem repostas.

Segunda –feira, dia 9 de julho, às três e meia da tarde de Portugal e retirada a quinta criança da gruta, sendo esta encaminhada de imediato para a unidade hospitalar preparada para os receber. Nesse mesmo dia foram ainda retiradas com sucesso mais três crianças. Dois dias e um total de 8 jovens resgatados, deixavam todo o mundo com esperança.

Dois dias de sucessos, 10 horas depois, a equipa de resgate voltava à luta sem saber o que lhe esperava para o terceiro dia. No da 10 de julho, terça-feira, as operações começaram cedo. Eram 4 da manhã em Portugal, 10 em Chiang Rai, quando a 9ª criança saiu sã e salva da gruta. “Esperamos que as condições se mantenham favoráveis”, afirmou o governador Narongsak Osottanakorn.

Felizmente, o tempo colaborou e o esforço da equipa de resgate foi compensado. Neste dia foram retirados os restantes jovens e o treinador de 25 anos. O mundo respirou de alívio neste que foi um dos resgates mais históricos de sempre.

Apesar das adversidades, e depois de 17 dias, a equipa de futebol e o técnico conseguiram escapar deste episódio sãos e salvos.

4.2 Metodologia e Questões da Investigação

Na tentativa de realizar uma possível resposta à pergunta de partida realizada anteriormente, existem um método de investigação qualitativo, e um quantitativo, a realizar (a partir de uma observação indireta): entrevistas à jornalista e ao repórter de imagem que estiveram no local e a comparação de alinhamentos do jornal da uma e do jornal das 8, respetivamente. O primeiro tem como objetivo perceber como tudo funcionava no local, assim como perceber qual a abordagem informativa que lhes era pedida pela própria estação. Já a segunda metodologia é uma forma de tentar perceber qual o desenvolvimento da peça naqueles que são dos jornais mais vistos no país. Isto é, perceber como se deu a mudança nos alinhamentos em prol de um acontecimento, nos telejornais de horário nobre e da hora de almoço.

Claro que para além destes processos, também irei utilizar uma metodologia de observação direta. Falo da realização de um pequeno subcapítulo onde posso relatar a rotina do editor de conteúdos do Porto, nesse espaço de tempo específico.

Para encontrar algum tipo de resposta para a pergunta de partida, este estudo tem como objetivo responder às seguintes questões:

- I. Quais eram as principais diferenças de abordagem entre o jornal da hora de almoço e o jornal da hora do jantar?
- II. Em que jornal é que o direto predominava?
- III. Que tipo de informações eram transmitidas no decorrer dos diretos?

É através destes três métodos (análise de conteúdo – alinhamentos -, observação participante na estruturação do alinhamento e entrevistas semiestruturadas) que se vai analisar o estudo de caso.

4.3 Corpus

Relativamente ao método de observação indireta, também conhecido como método quantitativo, o corpus em análise estará compreendido entre o dia 2 e o dia 17

julho, período onde todo o resgate foi coberto pelos média, tanto a nível nacional como internacional. Sendo que consegui “viver o momento” dentro da única estação televisão portuguesa no local, a minha análise estará centrada nos conteúdos divulgado pela TVI.

Decidi começar a amostra no dia 2 de julho pois foi o dia antes do começo da grande cobertura mediática do acontecimento, podendo assim ver mais claramente a evolução do próprio acompanhamento pelos meios de comunicação, nomeadamente a TVI. As notícias circularam até ao dia 16 de julho, no entanto, o meu corpus de análise terminará no dia 17 (dia em que o resgate já não fez parte do alinhamento), precisamente para ter um espaço de tempo limitado e não dar margem de erro.

Após a delimitação do espaço de tempo, falta apresentar então o meio através do qual os conteúdos foram analisados. A TVI, além do canal generalista possui vários canais privados onde, como sabemos, um deles é dedicado exclusivamente a notícias nacionais e internacionais, dos mais variados temas. Contudo, decidi que a minha investigação iria decorrer apenas nos jornais prime time do canal generalista, pois são estes que são acessíveis, a nível monetário, todo o tipo de público tornando-os os mais conhecidos dentro da estação. A análise será uma comparação geral e específica, através dos mesmos parâmetros, entre o jornal da uma e o jornal das 8, de forma a acompanhar a evolução do acontecimento no próprio alinhamento do jornal.

Dos métodos a utilizar descritos, o resultado é então um corpus de 15 dias, com a presença de 30 alinhamentos informativos. Deste total 15 corresponderão ao Jornal da Uma e os restantes 15 vão corresponder ao Jornal das 8. Sem esquecer que, para o apuramento de conteúdos jornalísticos, os genéricos, separadores e publicidades (*promos*), assim como os espaços identificados (como sendo de opinião e a meteorologia), não irão ser considerados.

4.4 Variáveis de Análise

Sendo que é uma temática que pode ser abordada através de duas perspetivas (uma mais complexa e uma mais geral), para a realização da análise quantitativa dos dados recolhidos, será fundamental a presença de três tabelas. A primeira será uma perspetiva mais generalizada (para os dois telejornais em estudo) para conseguir perceber o desenvolvimento do acontecimento no alinhamento dos dois telejornais principais

daqueles 15 dias de corpus. Aqui serão analisados fatores como o número total de notícias que compunham o alinhamento, o número de notícias suprimidas, o número de notícias sobre o objeto de estudo (resgate da Tailândia), o seu posicionamento no próprio alinhamento, a realização ou não de diretos sobre este mesmo acontecimento nos telejornais e a presença ou não de comentadores e/ou entrevistados em estúdio sobre o acontecimento.

No segundo momento de análise será uma tabela mais específica relacionada com as próprias peças jornalísticas para ambos os telejornais. O objetivo desta passa por analisar fatores concretos de cada notícia sobre o acontecimento, relevantes para a investigação, como é o caso de valores de notícia dominantes, o tipo de fontes utilizadas e o tipo de lançamento que as notícias tiveram (emotivo – apela à emoção do espetador; informativo – quando é objetivo e acrescenta algo de novo à peça; ou apelativo- quando a sua missão última é cativar a atenção do telespectador). Também serão analisados

O destaque da investigação está associado ao direto, como mencionado anteriormente, por isso é que se justifica a existência de uma terceira tabela de análise, para cada um dos telejornais, é dedicada exclusivamente à análise dos diretos realizados. Aqui serão considerados os seguintes fatores: a tipologia do direto (audiovisual ou telefónico), o seu tempo de duração, a presença de novas informações, o tipo de fontes a que os jornalistas recorreram e os valores de notícia que encontramos no seu decorrer. Desta vez, o objetivo não só passa por tentar perceber se os conteúdos transmitidos ao longo do direto acrescentaria algo de novo à peça jornalística ou não, mas também a sua própria tipologia. Isto é, perceber quais os valores de notícia dominantes neste tipo de situações.

Quanto à metodologia qualitativa o estudo será feito através da realização e análise de duas entrevistas realizadas aos jornalistas que foram destacados para o local na altura em que o resgate começou a mover o mundo. Nestas duas entrevistas o objetivo é não só tentar perceber quais eram os aspetos pedidos pela própria estação (TVI) na realização das peças, se as informações mais importantes chegam através destes ou não; mas também saber se estes, enquanto jornalistas, consideram que o direto é uma forma de tornar uma notícia mais credível aos olhos do telespectador.

Em suma, todos estes métodos de investigação têm como fim último:

- Perceber quais os valores de notícia dominantes nos conteúdos transmitidos (peças jornalísticas e diretos);
- Perceber qual a razão pela qual se fazem diretos quando as informações mais relevantes vêm por outros meios;
- Perceber se a obtenção de credibilidade nas peças jornalísticas é um dos motivos principais para a realização dos diretos (em comparação com outras premissas possíveis: mais acesso à informação; mais emotividade na cobertura; mais sensação de realidade na transmissão dos casos; máximo de atualização da notícia; diferenciação em relação à concorrência, etc).

CAPÍTULO V: Análise e Discussão dos Resultados

5.1. Resultados Gerais

A. Jornal da Uma:

Os dados apresentados serão resultado da análise da primeira tabela quantitativa. Aqui serão mostrados dados gerais relativamente aos dois telejornais mais vistos da “quatro”: “O jornal da uma” e “O jornal das 8”.

Nos 15 dias de corpus foram agendadas 1 143 notícias nos alinhamentos dos dois telejornais principais. Deste total, 194 peças foram suprimidas (maioritariamente, por decisões editoriais), o que significa que 949 notícias foram transmitidas ao público. Sabemos que dessas 949 notícias integrantes dos dois telejornais, 103 peças jornalísticas falaram acerca do desenvolvimento do acontecimento: o resgate das grutas da equipa futebol tailandesa, na província de Chiang Rai.

Começamos então do geral para o particular. Se analisarmos apenas os dados relativos ao Jornal da Uma, sabemos que o número total de notícias ao longo destes 15 dias foram de 627 peças.

GRÁFICO 3 - Nº TOTAL DE NOTÍCIAS PRESENTES NOS ALINHAMENTOS DO CORPUS



No gráfico 3 podemos observar que entre o total de conteúdos que compõe a amostra, 17% das peças foram suprimidas ou excluídas no decorrer do telejornal, por decisão do editor do mesmo. Assim foram transmitidas 83% das 627 peças jornalísticas, ou seja, foram transmitidas ao público um total de 525 notícias ao longo do período de tempo selecionado.

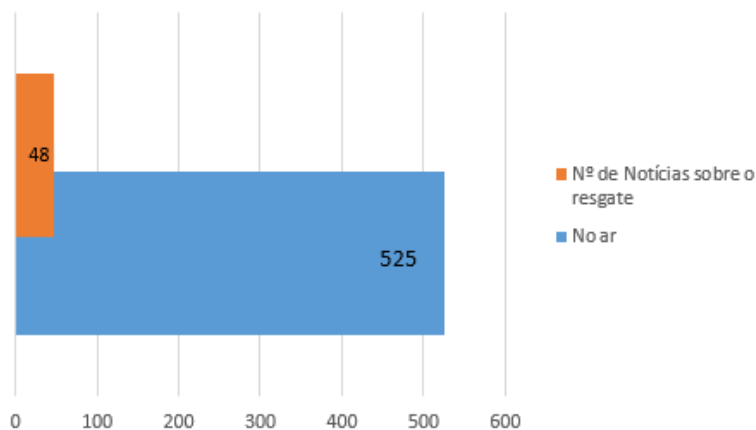


GRÁFICO 4 - N° TOTAL DE NOTÍCIAS SOBRE O RESGATE TRANSMITIDAS DURANTE OS 15 DIAS

Focando só no número de notícias sobre o resgate na Tailândia, sabemos que corresponde a cerca de 9 % do total de peças jornalísticas transmitidas. Isto é, num total de 525 que foram para o ar, 48 abordavam o resgate da equipa de futebol das grutas em Chiang Rai.

Neste caso (Gráfico 5) o eixo horizontal (x) corresponde aos dias do mês em análise, ou seja, o espaço de tempo compreendido entre o dia 2 e o dia 17 de julho de 2018; por sua vez, o eixo vertical (y) corresponde à quantidade de conteúdos transmitidos, ou seja, ao número de notícias sobre o resgate que fizeram parte do alinhamento do Jornal da Umas. Este espaço quantitativo encontra-se compreendido entre as 0 e as 7 peças jornalísticas.

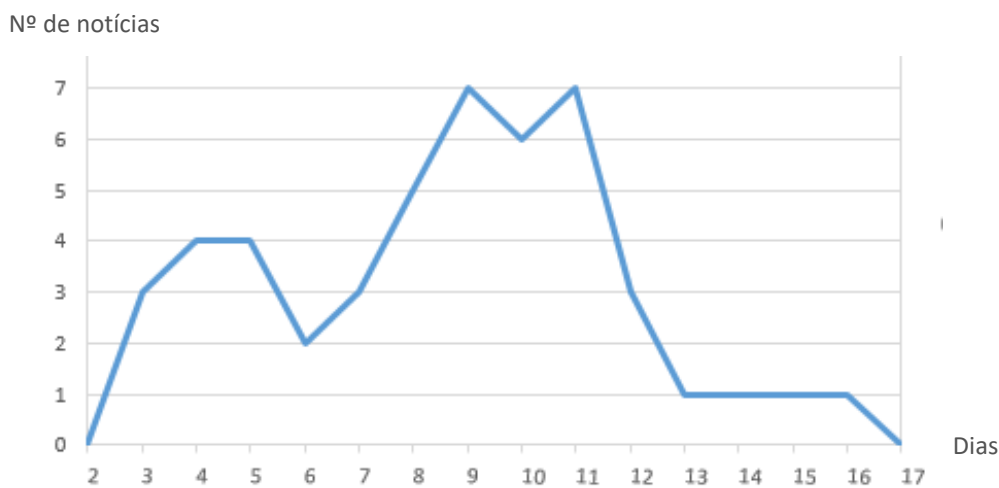


GRÁFICO 5 - EVOLUÇÃO DO N° DE NOTÍCIAS DO RESGATE NOS 15 DIAS DE CORPUS

Assim sendo, podemos observar que, embora o arranque do acontecimento tenha sido fraco, existiram dois picos de interesse (principais) durante estes 15 dias de análise. Após o crescimento inicial, houve um momento de estagnação nos dias 4 e 5 de julho,

onde foram mantidas as 4 notícias sobre o resgate no alinhamento desses respectivos dias. Após este momento, do dia 5 para o dia 6 o número de conteúdos reduziu significativamente passando para metade o número de notícias, nesse mesmo dia.

De seguida conseguimos reparar um crescimento exponencial no total de notícias, desde o dia 6 até ao dia 9 de julho, atingindo o primeiro pico e/ou ponto de interesse. Isto, é o dia 9 julho foi o primeiro dia onde o resgate da equipa de futebol ganhou destaque no telejornal da hora de almoço, com a transmissão de 7 notícias tanto na primeira, como na segunda parte do Jornal. Estas abrangeram várias perspetivas do tema como por exemplo: o início, e o processo propriamente dito, da operação, os resgatados, as famílias das vítimas e a interrupção do resgate.

No dia 10 de julho existiu uma pequena descida, existindo uma diferença de apenas uma notícia desde o dia anterior. Ou seja, foram transmitidas 6 notícias sobre acontecimento, mas desta vez na primeira parte do telejornal. Todavia o cenário volta a mudar no dia seguinte. As notícias passaram novamente para um total de 7 notícias transmitidas, constituído o segundo pico e/ou ponto de interesse mais alto da análise. Desta vez, os conteúdos voltam a estar presentes tanto na primeira como na segunda parte do jornal, abrangendo a última fase da operação, o balanço do resgate e o apoio da escola das crianças.

Após este pico, ocorre uma descida acentuada na quantidade de conteúdos transmitidos até ao dia 13 de julho, estagnando até ao dia 16 com a transmissão de apenas uma notícia em todo o telejornal. No dia 17, último dia de corpus, não se registam notícias acerca do acontecimento em estudo.

Em suma, podemos dizer que os picos de interesse, com maior quantidade de notícias por telejornal, ocorreram entre o dia 9 e o dia 11 de julho, espaço de tempo onde as crianças e o seu monitor foram retirados com sucesso da gruta na província d Chiang Rai.

Quanto à quantidade de diretos realizado podemos verificar que no total de notícias transmitidas ao longo dos 15 dias de acontecimento, os diretos sobre o mesmo ocupam 2% dos alinhamentos em análise. Já as notícias propriamente ditas assumem uma percentagem de 8 % do total.

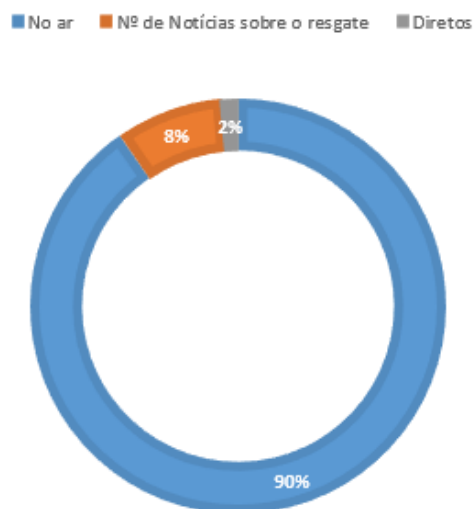


GRÁFICO 6 - PERCENTAGEM DOS DIRETOS TRANSMITIDOS SOBRE O RESGATE DE CHIANG RAI

A quantidade de diretos transmitidos foi um ponto bastante inconstante durante o espaço de tempo em análise, como podemos verificar no gráfico7. O eixo horizontal (x) representa novamente os dias da semana, entre o 2 e o 17 de julho; já o eixo vertical (y) representa a quantidade de notícias transmitidas acerca do acontecimento.



GRÁFICO 7 - EVOLUÇÃO DA QUANTIDADE DE DIRETOS TRANSMITIDOS

No dia 4 de julho ocorreu a transmissão do primeiro direto sobre o resgate da equipa de futebol e do seu monitor, constituindo o primeiro (e pequeno) ponto de interesse. Desde o dia 6 ao dia 11 de julho, podemos observar vários cenários possíveis. Tanto no dia 7 como no dia 8, a quantidade de diretos realizado é a mesma (1).

Após este existiu uma subida acentuada de diretos realizados, chegando até ao segundo ponto de interesse com um total de 3 diretos realizados no dia 10 de julho. A

partir do dia seguinte (incluindo o mesmo), não houve nenhum tipo de direto a ser transmitido.

Tal como no ponto anterior, e após a análise dos dados retirados, podemos verificar que a maior quantidade de transmissão de diretos foi realizada no momento do decorrer da operação de resgate.



GRÁFICO 8 - NÚMERO DE COMENTADORES/ENTREVISTADOS

Por fim, para terminar a análise global do Jornal da Uma, resta perceber se existira ou não comentadores e/ou entrevistados em estúdio, como forma de complemento informativo acerca do estudo de caso.

Seguindo o mesmo modelo adotado previamente, em que o eixo x representa a data e o eixo y representa a quantidade de entrevistados e/ou comentadores em estúdio, conseguimos concluir que esta não foi uma variável constante nos 15 de resgate. Só existiram 4 convidados distribuídos por 4 dias do período de análise (3, 8, 9 e 10 de julho), como podemos verificar no gráfico 8.

B. Jornal das 8:

Optando pela mesma metodologia e organização de dados utilizada previamente, começo por apresentar o número total de notícias dos 15 telejornais em análise. No total foram transmitidas 516 notícias sobre os mais variados temas (sociedade, desporto, política, internacional, justiça, economia, entre outros)

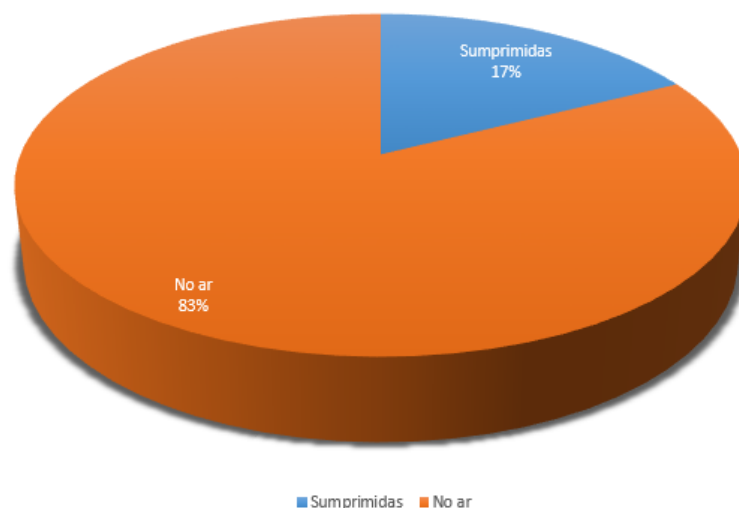


GRÁFICO 9 - Nº TOTAL DE NOTÍCIAS PREVISTAS NOS ALINHAMENTOS DO CORPUS

Das 516 notícias integrantes dos alinhamentos no momento da transmissão do telejornal, 17% (que corresponde a um total de 90 peças jornalísticas) foram suprimidas por decisão do diretor de conteúdos do jornal das 8. Isto significa, que durante esses 15 dias 83 % dos conteúdos foram transmitidos, uma percentagem que corresponde a 426 notícias apresentadas ao público.

Dentro do segmento dos conteúdos Internacionais, encontra-se o estudo de caso: o resgate e Chiang Rai, que é até hoje considerado como um dos acontecimentos do ano.

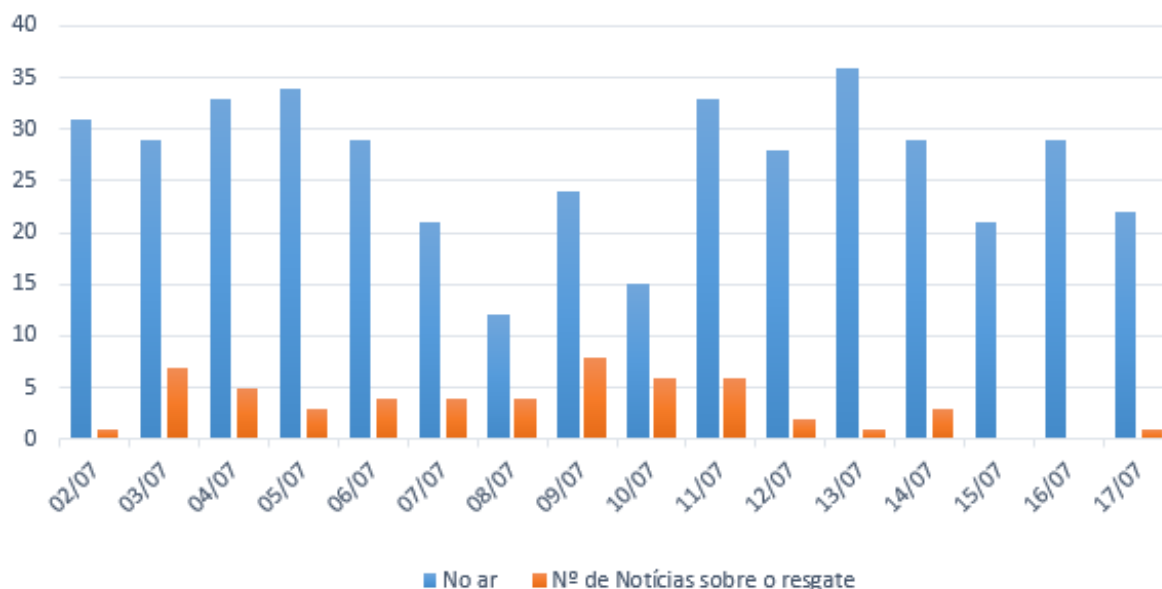


GRÁFICO 10 - NÚMERO DE NOTÍCIAS SOBRE O RESGATE QUE FORAM TRANSMITIDAS

No total foram lançadas para o ar 55 peças jornalísticas acerca do resgate. Ao observarmos o gráfico podemos ver que o número de conteúdos sobre o estudo de caso vai variando de dia para dia. Os dias 3, 9, 10 e 11 foram aqueles em que se registaram um maior número de transmissão de notícias, com os valores de 7, 8, 6 e 6, respetivamente (gráfico 11).

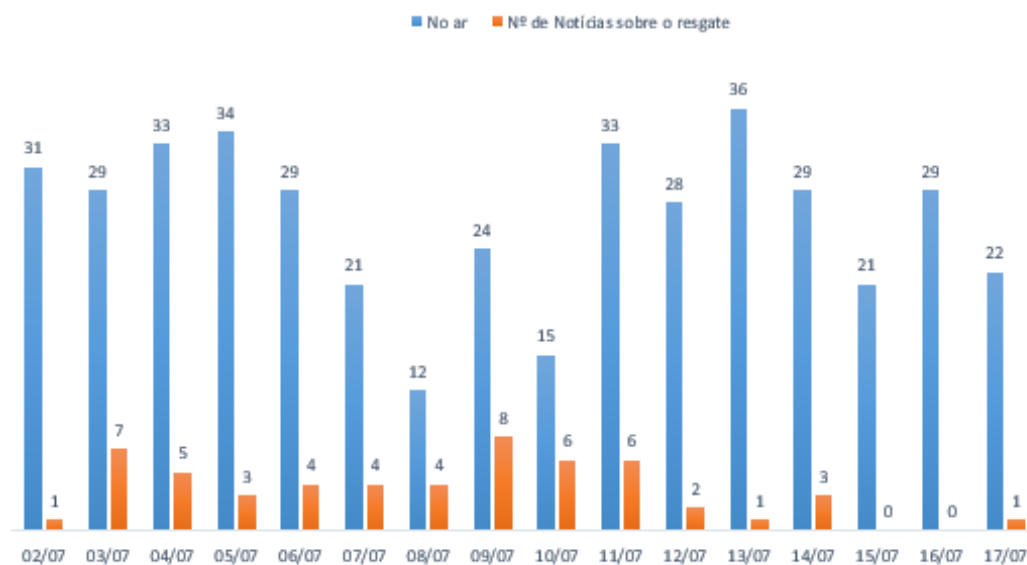


GRÁFICO 11 - EVOLUÇÃO DE NOTÍCIAS TRANSMITIDAS SOBRE O RESGATE, NO TOTAL DE CONTEÚDOS QUE FORAM PARA O AR

Ainda a retirar do gráfico 11, podemos ainda perceber o desenvolvimento do fluxo de notícias durante aquele espaço de tempo. Sabemos que ocorreu um grande crescimento do primeiro para o segundo dia em análise, passando de 1 para 7 notícias transmitidas sobre o resgate. Após esse registo verificamos uma redução pouco significativa para as 3 peças a 5 de julho de 2018.

Entre o dia 6 e 8 de julho, a quantidade de transmissões manteve-se constante, ficando-se pelas 4 notícias diárias sobre o acontecimento que fez mover o mundo. Já no dia seguinte (09/07) regista-se o ponto mais alto do objeto de estudo com as tais 8 notícias transmitidas, como mencionei previamente.

Até ao dia 13 de julho os valores começaram a decrescer, ficando extintos durante dois dias seguidos. A surpresa foi no último dia de análise em que o resgate realizado em Chiang Rai volta a fazer parte do alinhamento do telejornal transmitido em horário nobre, o jornal das 8. Neste dia foi lançada apenas uma notícia acerca do estado de saúde dos resgatados. Isto é, foi oficialmente anunciada a alta hospitalar da equipa de futebol e do seu monitor de 26 anos.

Quanto ao número de diretos realizados foram transmitidos 5 no telejornal da noite ao longo do espaço de tempo selecionado.

No gráfico 12 o eixo horizontal (x) representa a quantidade de diretos realizados no telejornal em questão, enquanto que o eixo vertical (y) representa os dias compreendidos entre o espaço de tempo em análise. Assim, podemos verificar que estes foram transmitidos em 5 dias específicos, tal como afirméi previamente.

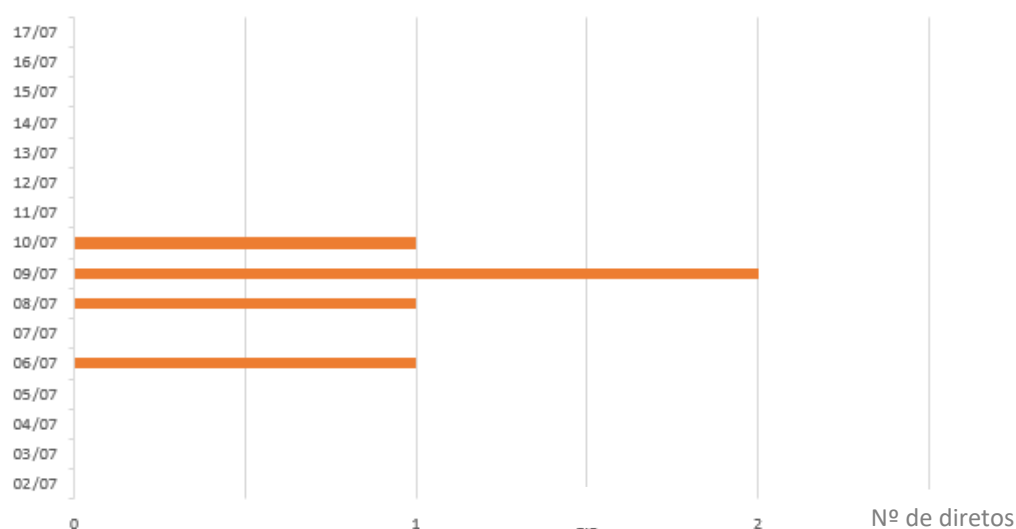


GRÁFICO 12 - DISTRIBUIÇÃO DOS DIRETOS REALIZADOS PELOS DIAS DE CORPUS

Nos dias 6, 8 e 10 os números mantiveram-se constantes, ou seja, ao longo desses três dias foram transmitidos um direto por cada um. O dia 9 de julho corresponde ao dia em que foram realizados 2 dois diretos do local através de dois métodos, um por via telefónico e outro audiovisual.

Curiosamente o total de diretos corresponde exatamente ao total de comentador e/ou entrevistados, sobre o tema em questão, em estúdio. Para a análise iremos utilizar o mesmo modelo adotado no gráfico 10.

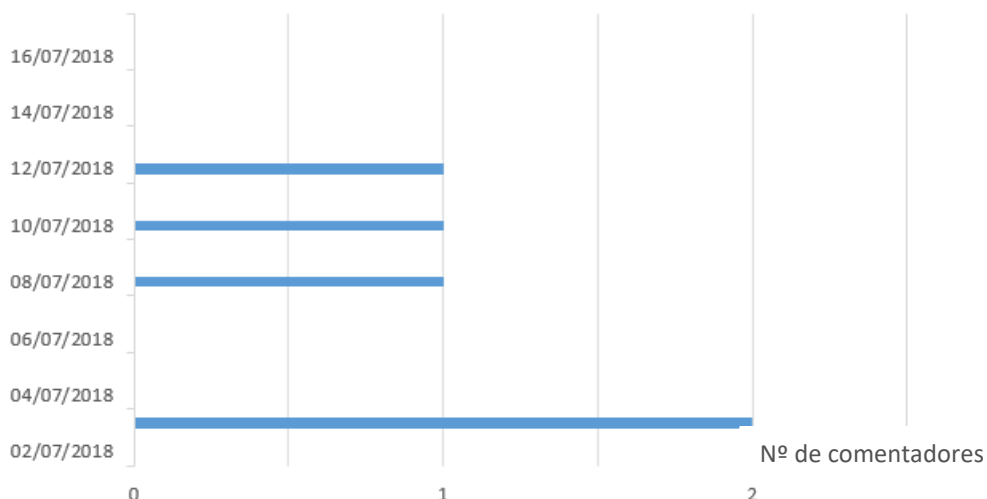


GRÁFICO 13 - COMENTADORES E/OU ENTREVISTADOS EM ESTÚDIO

Nesta situação podemos verificar um padrão completamente diferente do anterior. O maior número de comentadores e/ou entrevistado ocorreu no segundo dia de resgate (3 de julho de 2018), e não no tempo da própria operação. Este serviu de complemento não só para perceber o estado da situação, mas também perceber as alternativas viáveis para o salvamento. Nos dias 8, 10 e 12 de julho registou-se a mesma quantidade de convidados em estúdio, com 1 entrevistado por cada dia.

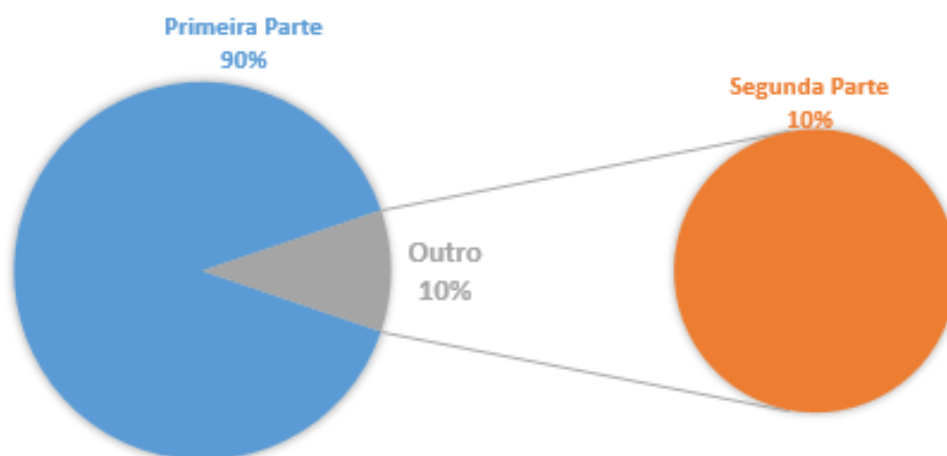
5.2. Análise Específica: Notícias

Depois de realizada uma perspetiva generalista, passamos para uma análise um pouco mais específica na área das peças jornalísticas acerca do estudo de caso.

A- Jornal da Uma:

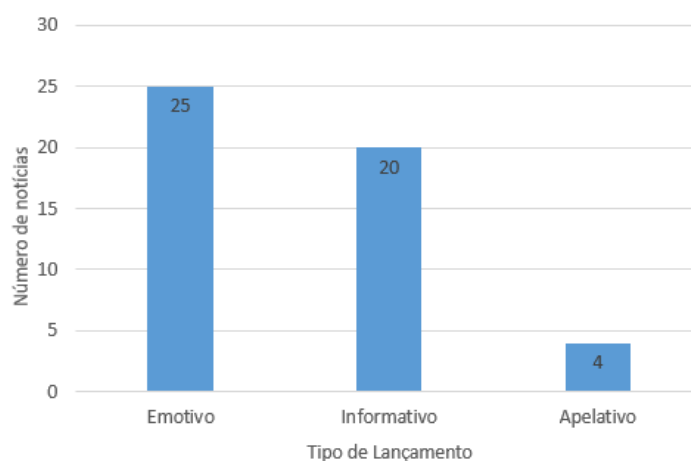
Foi realizada uma tabela composta por vários fatores na tentativa de perceber o impacto do resgate de Chiang Rai na TVI.

GRÁFICO 14 - POSICIONAMENTO DAS NOTÍCIAS NO JORNAL DA UMA



Do total de notícias que foram para o ar (48) a maioria das mesmas foram transmitidas na primeira parte do telejornal da hora de almoço. Apenas 10 %, que corresponde a um total de 5 notícias, foram lançadas na segunda parte do jornal. Dentro da primeira parte os conteúdos na sua grande maioria foram posicionados nos primeiros lugares do alinhamento como podemos verificar na tabela número 5.

GRÁFICO 15 – LANÇAMENTOS DAS NOTÍCIAS SOBRE O RESGATE



Começamos por analisar a tipologia do lançamento (discurso realizado pelo pivot para introduzir cada conteúdo) de cada das 48 notícias transmitidas no espaço de tempo em análise. Os critérios utilizados na definição do tipo de lançamento foram realizados com base nos tipos de título que podem existir na imprensa. No fundo, o objetivo é tentar perceber se o pivot em estúdio, nos telejornais transmitidos ao longo desses 15 dias, contribui de alguma forma para impacto que a peça jornalística pode ou não causar nos telespectadores.

Assim o lançamento emotivo é aquele responsável, tal como o próprio nome o define, pela cativação do lado emocional do telespectador; o informativo é todo aquele que acrescenta algo de novo às notícias, ou seja, que é objetivo; por fim, o apelativo, define todo o discurso que não apela ao sentimento, mas também não acrescenta nada de novo à notícia. A sua função consiste em cativar a atenção do telespectador para o que vem a seguir.

Dentro das 48 notícias sobre o resgate, tal como podemos verificar no gráfico 14, o lançamento emotivo foi o dominante no corpus, com o total de 25 lançamentos utilizados. Em segundo lugar, e com uma margem apenas de 5 notícias, temos a introdução informativa com um número total de 20 lançamentos utilizados. Por fim, temos o lançamento apelativo que foi realizado apenas em 4 notícias do total. Ou seja, no espaço de tempo de investigação o apelo à emoção foi o estilo mais utilizado.

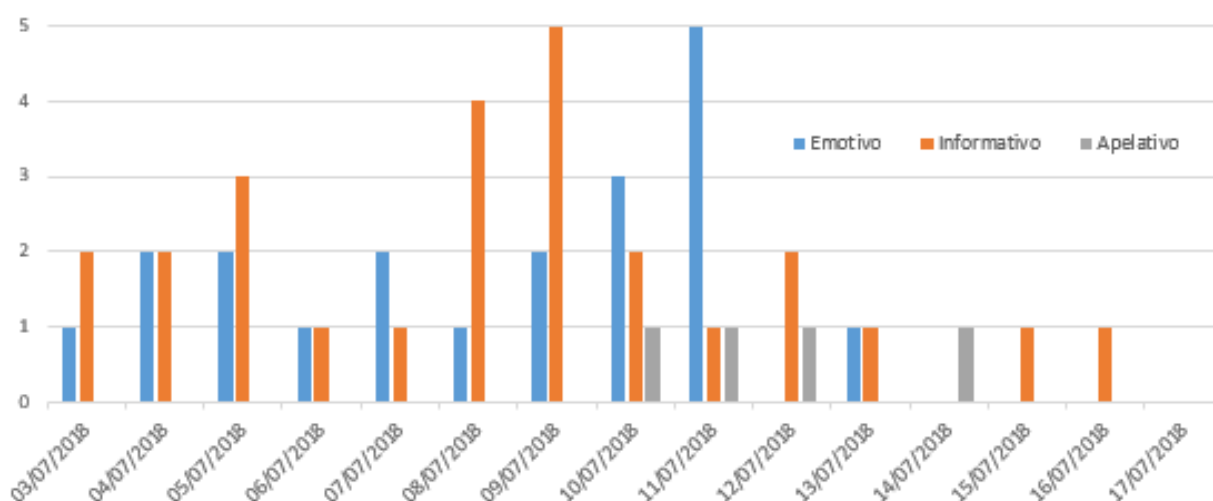


GRÁFICO 16 - LANÇAMENTOS UTILIZADOS POR DIA

Neste gráfico conseguimos observar qual foi a tipologia de lançamento (introdução realizada pelo pivot) dominante por dia. Por exemplo, sabemos que nos dois dias onde a temática foi intensamente abordada, dia 9 e 11 de julho não se apresentam os mesmos dados. No dia 9 de setembro, apesar de o discurso mais utilizado foi do tipo informativo; já no dia 11 existe uma clara dominância do discurso emotivo relativamente ao informativo e ao apelativo.

Passemos para outro parâmetro de análise: a origem das imagens utilizadas nas notícias do resgate. Tal como o gráfico 17 indica, aqui do total de 48 notícias que foram

para o ar, apenas 15 % (que corresponde a 7 notícias) das mesmas foram editadas com imagens captadas pela equipa da TVI.

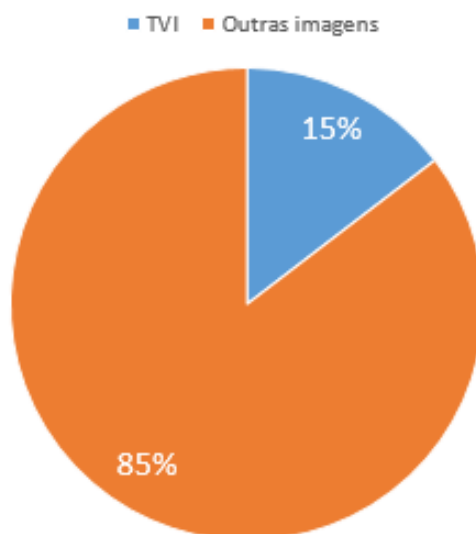


GRÁFICO 17 - IMAGENS UTILIZADAS NAS PEÇAS JORNALÍSTICAS

Ou seja, 85 % das peças que foram para o ar foram realizadas e/ou editadas com imagens provenientes de outros meios informativos, como por exemplo outros meios televisivos ou agências internacionais de informação. Quando falamos de 85 % do total esta percentagem corresponde a 41 notícias sobre o estudo de caso

Sendo que grande parte das imagens utilizadas são provenientes de outras fontes informativas é necessário tentar perceber quais foram elas e o nível de dominância das mesmas.

Segundo a tabela realizada sabemos que, para além dos media internacionais e as agências de informação internacionais (como por exemplo a Reuters), também foram utilizadas outro tipo de fontes como é o caso da marinha e das autoridades tailandesas, as conferências de imprensa realizadas no local (no espaço de tempo em que a TVI enviou a equipa para o local) e os profissionais de mergulho portugueses (nas peças informativas sobre pormenores técnicos do resgate).

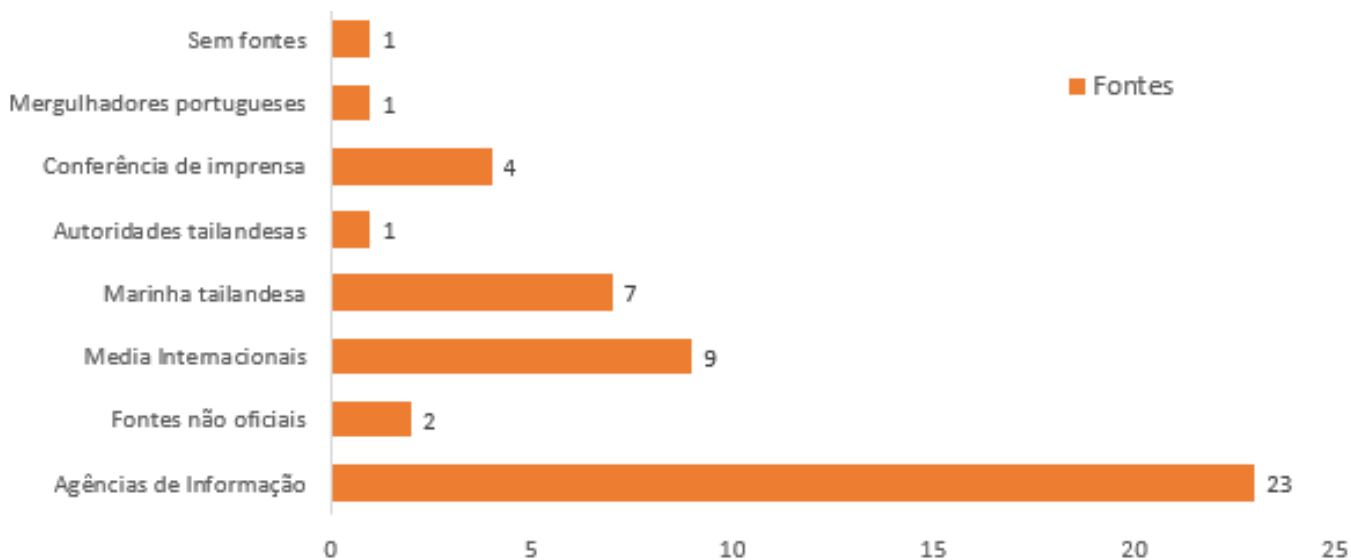


GRÁFICO 18 - FONTES INFORMATIVAS UTILIZADAS

Pela observação do gráfico 18 , existe uma clara dominância da utilização de conteúdos fornecidos por agências de informação internacionais, até porque os principais factos sobre o acontecimento eram conhecido por parte dos media portugueses através das mesmas (como é o caso do número de crianças resgatadas).

Em segundo lugar temos os media internacionais que foram utilizados para 9 notícias do total (48), seguido de uma fonte institucional, a marinha tailandesa, com 7 notícias.

Sendo que a altura mais relevante em toda o acontecimento dor resgate fora efetivamente a operação em si as fontes utilizadas nesses mesmos dias poderam ser observadas através do gráfico número 18.

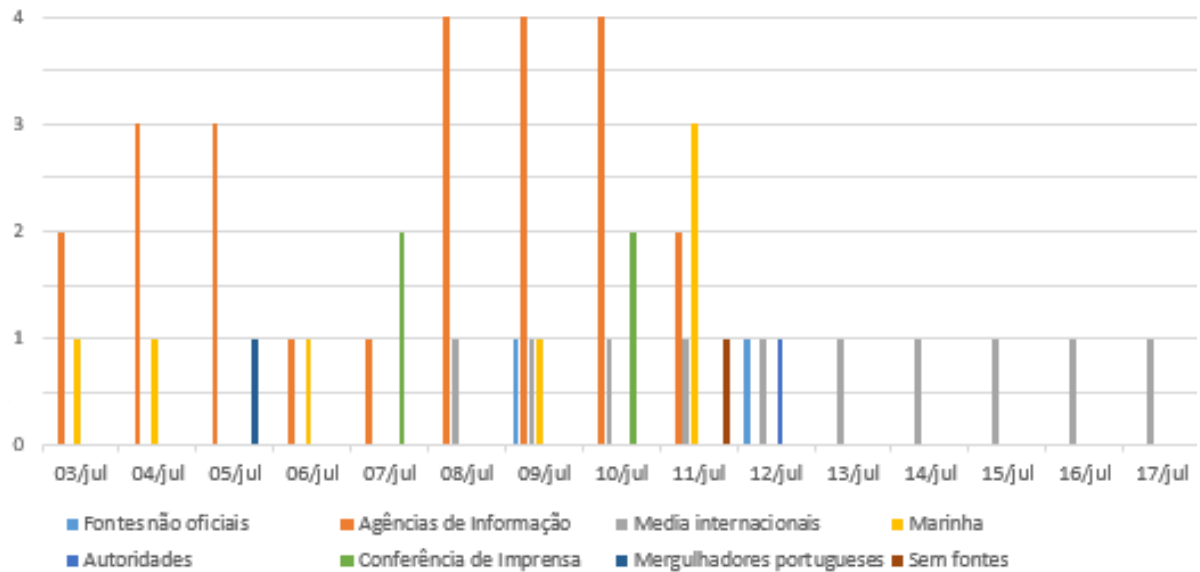


GRÁFICO 19 - FONTES DE INFORMAÇÃO DAS NOTÍCIAS QUE FORAM PARA O AR

Como podemos observar o recurso às agências internacionais de informação é claramente dominante em todo o estudo de caso, mas principalmente, no momento mais importante da operação: o resgate propriamente dito as crianças e do seu monitor. Foi através desta fonte informativa que as estações televisivas portuguesas, inclusive a TVI que tinha uma equipa no local, conseguiram saber quantos crianças estavam a ser resgatadas no momento exato que estava a acontecer. Desta forma podemos colocar a seguinte questão: que tipo de conteúdos eram transmitidos nos diretos do local? Será que trazia algo de novo à peça jornalística? Esta é uma questão que tentaremos perceber num terceiro momento de análise mais à frente, onde iremos estudar factores específicos dos próprios diretos realizados

Passando agora para o último ponto em estudo (nas notícias): os valores de notícia dominantes em que cada peça jornalística, na tentativa de entender que tipo de mensagem é que os conteúdos noticiosos pretendiam passar ao telespectador.

Pegando nos critérios de noticiabilidade introduzidos por Galtung e Ruge e apresentados na revisão bibliográfica (Capítulo I) e analisando a tabela de dados realizada sobre a especificidade das notícias que foram para o ar, chegamos à conclusão que os critérios de noticiabilidade dominantes resumem-se a 5 principais: significância, personalização, continuidade, negatividade e o inesperado.

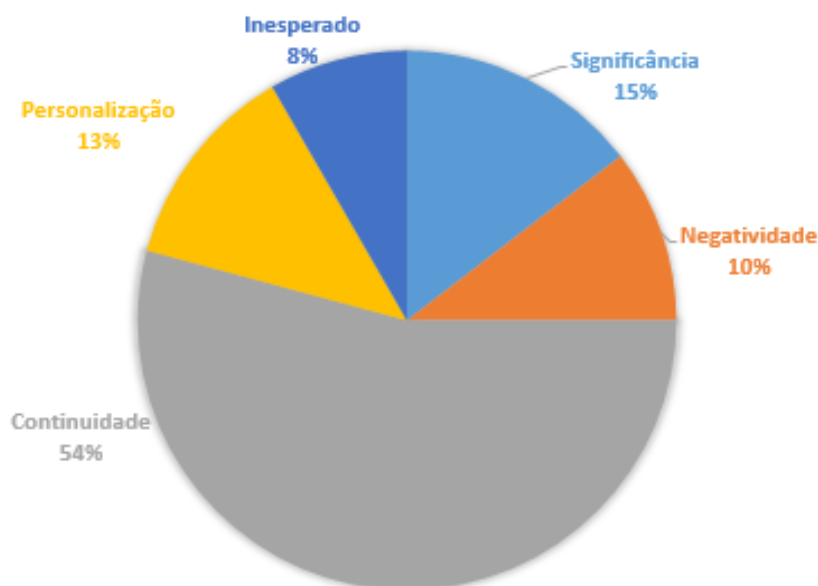


GRÁFICO 20 - VALORES DE NOTÍCIA DOMINANTES

Pegando na estrutura das 48 notícias sobre o resgate podemos concluir que em 54 % das mesmas dominava a continuidade, pois a maioria das notícias transmitidas não traziam nada de novo à informação mais relevante, existindo apenas para dar continuidade ao acontecimento e fazer com que os telespectadores não se esquecessem do acontecimento. Com 15 % do total temos a significância. Este valor de notícia corresponde ao conteúdos importantes para o caso suscitando impacto no público.

De seguida encontramos a personalização com 13 % do total que corresponde a 6 notícias de 48. Nestas alguém assumia o papel principal na notícia, ou seja, um indivíduo integrante da operação. Toda a peça era focada no mesmo e no seu contributo para o salvamento da equipa de futebol tailandesa.

A negatividade surge com 10% do total, ou seja, em 5 notícias transmitidas. Estas correspondem, tal como a própria definição o diz, àqueles conteúdos transmitidos que apresentavam alguma adversidade e ou dificuldade nova.

O inesperado é aquele que grande parte das vezes encontramos associado à parte negativa dos acontecimentos, contudo este caso é uma exceção à regra. Aqui, o inesperado corresponde ao momento em que as crianças são retiradas da gruta. O fator do inesperado com 8 % do total, relata os dados mais importantes de toda a cobertura mediática. Isto é, a quantidade e a rapidez com que as crianças e o seu monitor foram retirados da gruta, fazendo desta missão um verdadeiro sucesso.

B - Jornal das 8:

Desta vez iremos realizar a mesma análise específica das peças jornalísticas transmitidas no espaço de tempo escolhido, mas com os dados obtidos do jornal das 8 na tentativa de perceber a variação de um telejornal para o outro.

Começemos então também pela tipologia de lançamento dominante no número total de notícias (55). Relembro que por lançamento entendemos a introdução e/ou discurso prévio à própria notícia realizado pelo pivot.

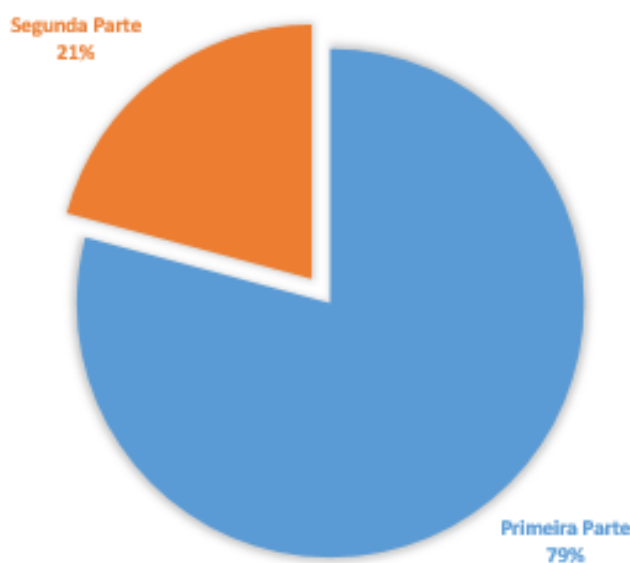


GRÁFICO 21 - POSICIONAMENTO DAS NOTÍCIAS NO ALINHAMENTO DO TELEJORNAL DAS 8

Desta vez, relativamente às percentagens das notícias integrantes na primeira e na segunda parte do telejornal de horário nobre, os resultados são bastante diferentes. No Jornal das 8 regista-se uma maior percentagem de notícias transmitidas na segunda parte com o total de 21 % das 48 notícias. Isto é, apenas 79%, que corresponde a 38 peças jornalísticas, foram lançadas para o ar. Embora as percentagens de conteúdo presentes na segunda parte do jornal continuem a ser menor do que aquelas transmitidas na primeira parte, conseguimos observar que os valores são completamente diferentes do que os do jornal da hora de almoço.

Passando para a tipologia do lançamento realizado pelo pivot em estúdio, veremos então (no gráfico 22) qual é o discurso dominante na introdução das notícias transmitidas no jornal das 8. Relembro que neste ponto irei seguir a mesma metodologia utilizada para o telejornal da hora de almoço onde o lançamento emotivo corresponde àquele discurso que apela ao sentimento do telespectador; o informativo é aquele objetivo com conteúdos

que completam a peça jornalística; e o apelativo que tem como único objetivo captar o olhar, isto é a atenção do público para ficar a acompanhar o que será transmitido.

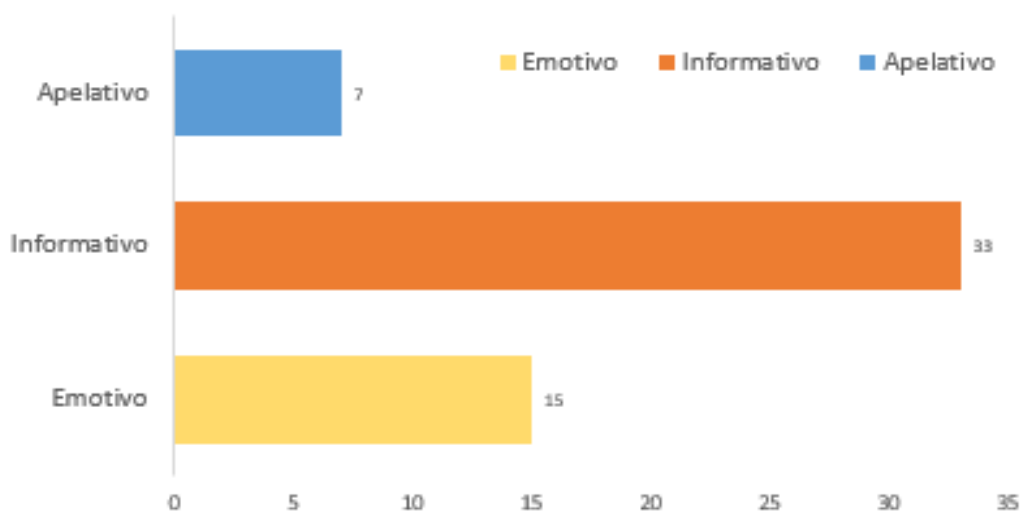


GRÁFICO 22 - TIPOLOGIA DOS LANÇAMENTOS DE NOTÍCIA

Nas notícias transmitidas no Jornal das 8, no espaço de tempo limitado, conseguimos observar que o discurso introdutório dominante é do tipo informativo, com um total de 33 das 55 notícias. Em segundo lugar vem o lançamento emotivo utilizado em 15 notícias do total, enquanto que o apelativo só foi utilizado em 7 notícias. Assim, sabemos que no telejornal em horário nobre, que é talvez o mais visto entre os dois, o discurso introdutório à notícia dominante, realizado pelo pivot, foi o tipo informativo (objetivo).

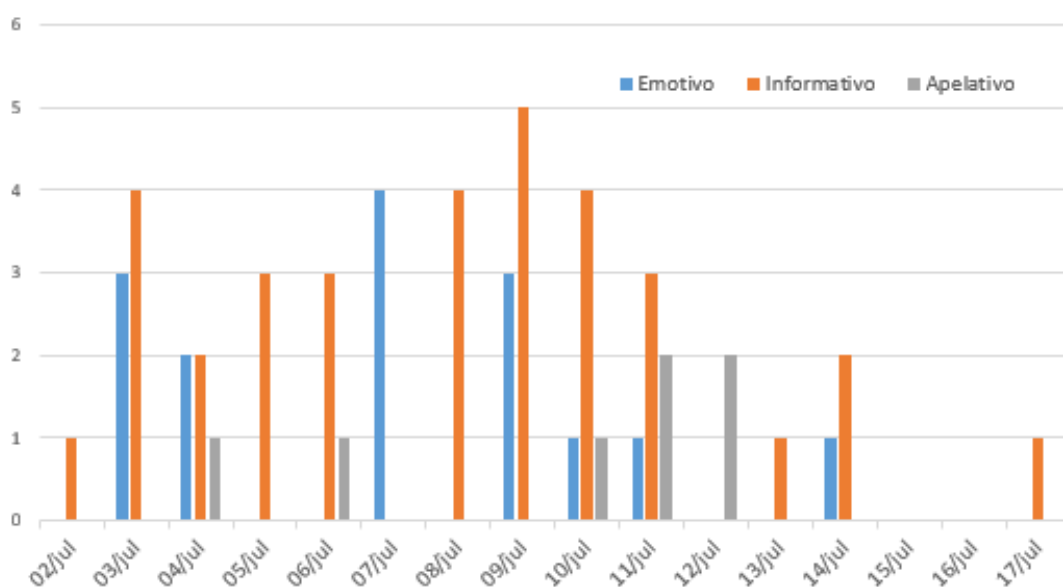


GRÁFICO 23 - LANÇAMENTOS DOMINANTES NAS NOTÍCIAS

Aqui conseguimos perceber qual foi a tipologia de lançamento (discurso introdutório realizado pelo pivot) dominante por cada dia do corpus. O dia com o maior número de notícias (dia 9 de julho de 2018) foi o dia onde se registaram o maior de notícias transmitidas ao público. Aqui a maioria dos discursos introdutórios realizados pelo pivot foram informativos, utilizados em 5 notícias desse dia, enquanto que nas restantes 3 notícias foram realizadas apelando à emoção. De uma forma geral, os discursos introdutórios foram todos informativos de forma a complementar as peças transmitidas.

No momento em que não existe qualquer registo de lançamento no gráfico 23, é porque não existiu nenhuma transmissão de conteúdo nesses dias. Neste caso nos dias 15 e 16 de julho, não foram transmitidas quaisquer notícias sobre o estudo de caso; o resgate da equipa de futebol tailandesa.

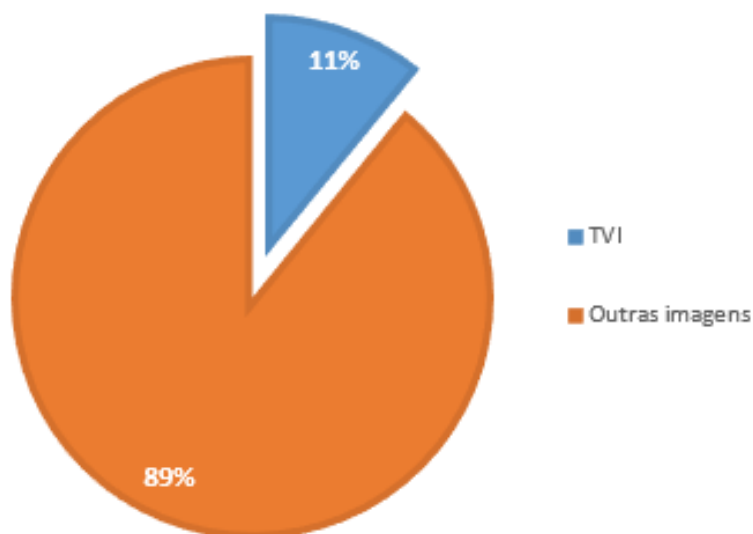


GRÁFICO 24 - IMAGENS UTILIZADAS NAS PEÇAS JORNALÍSTICAS

Das 55 notícias transmitidas para o ar houve algumas que foram realizadas e/ou editadas com imagens captadas pela equipa da TVI, como existiram outras que foram realizadas com imagens provenientes de outras fontes informativas. Neste caso, como podemos observar no gráfico acima, 89% do total das notícias foram realizadas com imagens provenientes de outras fontes informativas. O que quer dizer que apenas 11% do total de notícias, que corresponde a 6 peças jornalísticas, foram realizadas com as imagens captadas pelo repórter de imagem da TVI no local, Ricardo Silva.

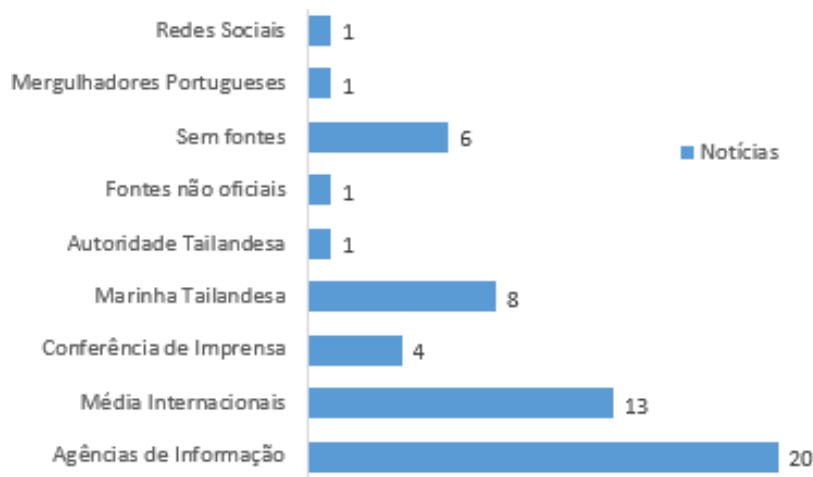


GRÁFICO 25 - FONTES DE INFORMAÇÃO UTILIZADAS NAS NOTÍCIAS

Do gráfico 25 podemos retirar quais foram as fontes mais utilizadas na realização das notícias acerca do estudo de caso. Se observarmos atentamente podemos concluir que o recurso às agências de informação internacionais foi a fonte mais utilizada na cobertura do acontecimento, visto que do total de 55 notícias, esta fonte foi o recurso de 20 peças jornalísticas. Em seguida temos o recurso às informações transmitidas por outros meios de comunicação internacionais. 8 das 55 notícias foram realizadas baseadas nas informações fornecidas pela marinha tailandesa, enquanto que 6 das esma foram realizadas sem o recurso das fontes de informação.

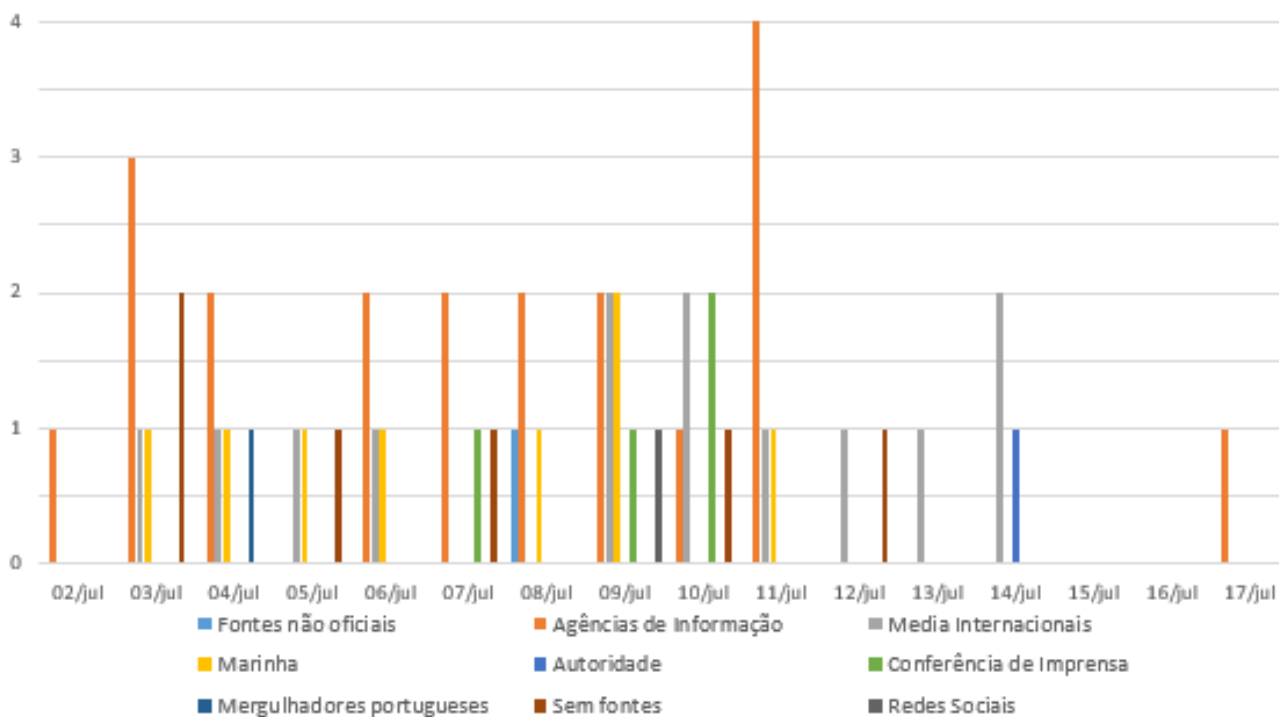


GRÁFICO 26 - FONTES UTILIZADAS NAS NOTÍCIAS DIÁRIAS

Aqui, o recurso às agências internacionais de informação é novamente dominante em todo o estudo de caso. O ponto mais alto ocorreu no dia 11 de julho de 2018, onde foi transmitido um total de 6 notícias sobre o acontecimento. Dessas 6, 5 foram realizadas com base em conteúdos fornecidos por agências internacionais de informação.

O ponto que diferencia este gráfico, do gráfico correspondente às fontes utilizadas no jornal da uma, é a introdução das redes sociais enquanto fonte informativa. Embora só tenha servido como recurso uma única vez no dia 9 de julho, é um registro que ainda não tínhamos observado previamente.

Passando agora para o último ponto em estudo (nas notícias): os valores de notícia dominantes em que cada peça jornalística, na tentativa de entender que tipo de mensagem é que os conteúdos noticiosos pretendiam passar ao telespectador.

Segundo os critérios de noticiabilidade introduzidos por Galtung e Ruge e apresentados na revisão bibliográfica (Capítulo I) das notícias que foram para o ar, os critérios de noticiabilidade dominantes resumem-se, novamente, 4 principais: significância, personalização, continuidade, e o inesperado.

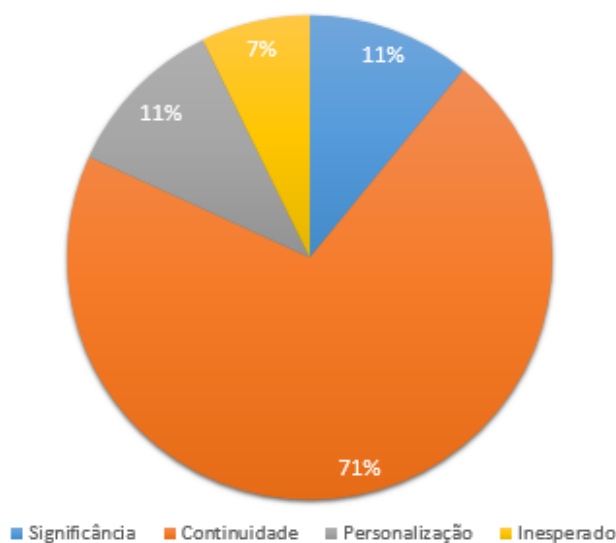


GRÁFICO 27 - VALORES DE NOTÍCIA DOMINANTES NAS NOTÍCIAS

Das 55 notícias, transmitidas no Jornal das 8, sobre o acontecimento, 71 %, que corresponde 39 peças jornalísticas, tinham por base o valor da continuidade para dar um seguimento do momento inicial. Em segundo lugar temos o valor de notícia denominado por significância a ocupar 11% dos conteúdos transmitidos; com a mesma percentagem temos também o critério da personalização de conteúdos que correspondem a peças dedicadas a agentes relevantes no decorrer da operação. Por fim, temos o critério do

inesperado que ocupa 7% das 55 notícias. Neste parâmetro estão integradas, principalmente, as notícias sobre quantas crianças foram resgatadas no momento em que a operação estava a decorrer.

5.3. Análise Específica: Diretos

Chegou o momento de analisarmos os fatores mais importantes por trás dos diretos realizados da Tailândia e transmitidos no telejornal da hora de almoço e no telejornal passado em horário nobre.

A. Jornal da Uma:

No total foram realizados pela jornalista Judite de Sousa 8 diretos ao longo dos 15 dias do seu espaço de tempo em estudo.

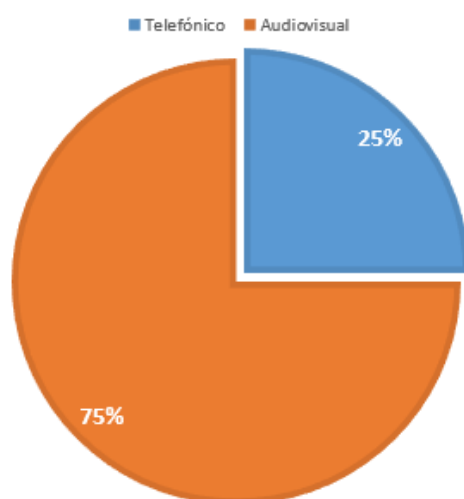


GRÁFICO 28 - DIRETOS REALIZADOS NA TAILÂNDIA

Do total de transmissões, 75% foram realizadas através de métodos audiovisuais, ou seja, com imagem e som. Apenas 25 % do total, que na realidade corresponde a dois diretos, é que foram feitos via telefone.

Resta saber também se existiram novas informações sobre o acontecimento a serem transmitidas em direto, ou se nestes apenas eram transmitidos conteúdos previamente passados em notícias. Isto é, se foi apenas uma maneira de levar o telespectador para o local e tentar captar tanto a sua atenção ou como tentar cativar o seu lado emocional através da empatia.

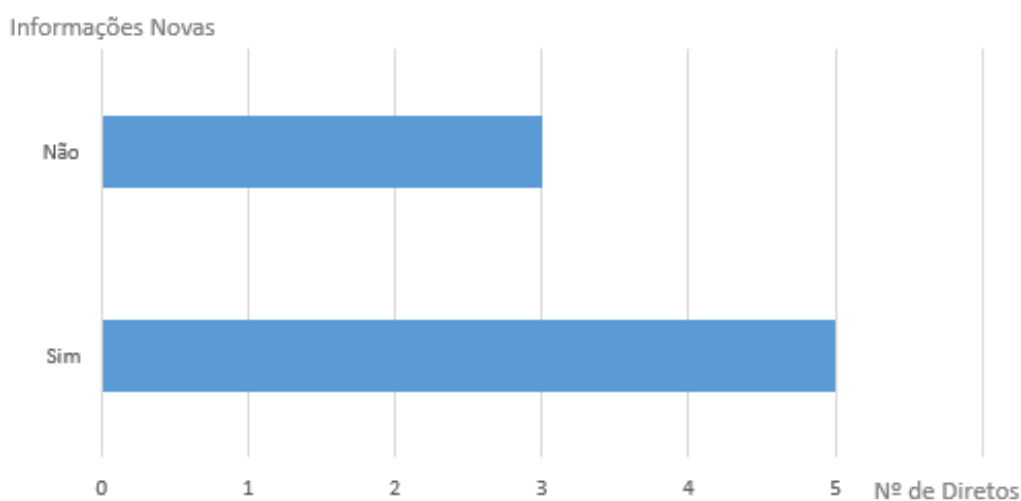


GRÁFICO 29 – TRANSMISSÃO DE NOVAS INFORMAÇÕES SOBRE O ACONTECIMENTO NOS

É precisamente isso que conseguimos verificar no gráfico número 28. Sendo o eixo horizontal a representação da quantidade de notícias e o eixo vertical a existência ou não de novos conteúdo nos mesmos, conseguimos perceber qual foi o fator dominante. No caso do telejornal da uma da tarde, conseguimos perceber que nos diretos foram efetivamente transmitidas novas informações acerca do resgate. Informações importantes para o conhecimento do telespectador.

Assim sendo, que tipo de fontes é que foram utilizadas? A resposta a esta questão podemos encontra-la no gráfico 29.

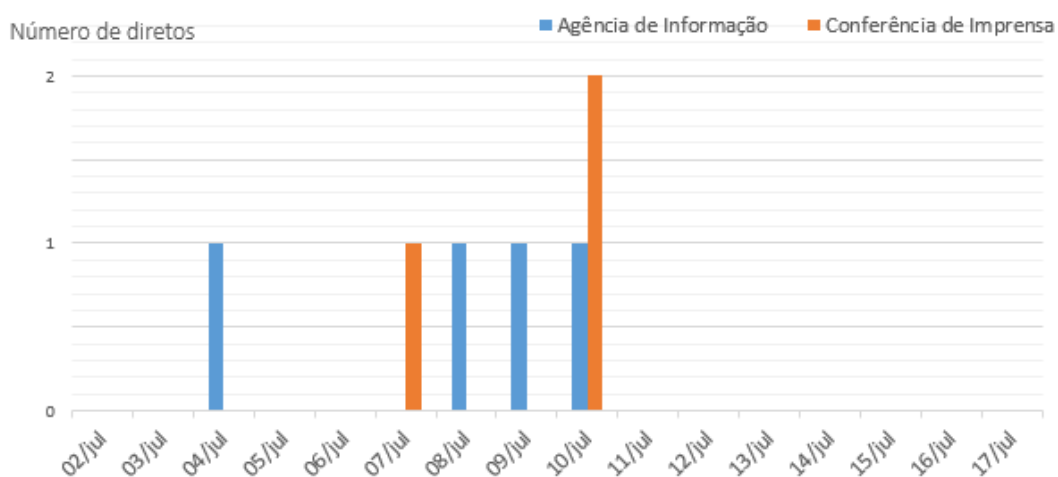


GRÁFICO 30 - FONTES UTILIZADAS NAS INFORMAÇÕES DOS DIRETOS

Como podemos verificar no gráfico o recurso às informações dadas pelas agências internacionais de informação é dominante comparativamente com as informações obtidas em conferência de imprensa no local. No dia 10 de julho, quando foram realizados 3

diretos do local, relembro que um foi por via telefónica e os outros dois foram audiovisuais, foram utilizadas as duas fontes mencionadas. Sendo que o recurso às agências de informação se encontra em minoria, pois essas informações só foram utilizadas em apenas um direto. Neste dia a maioria dos conteúdos transmitidos foram conhecidos através da conferência de imprensa com o governador de Chiang Rai.

À semelhança dos critérios de análise utilizados para as peças jornalísticas, é também relevante para a investigação a pesquisa dos valores de notícia dominantes nestes. Curiosamente, através da observação da tabela correspondente à análise dos diretos no jornal da uma, dá para perceber que os critérios se resumem novamente aos quatro previamente descritos: significância, continuidade, negatividade e inovação.

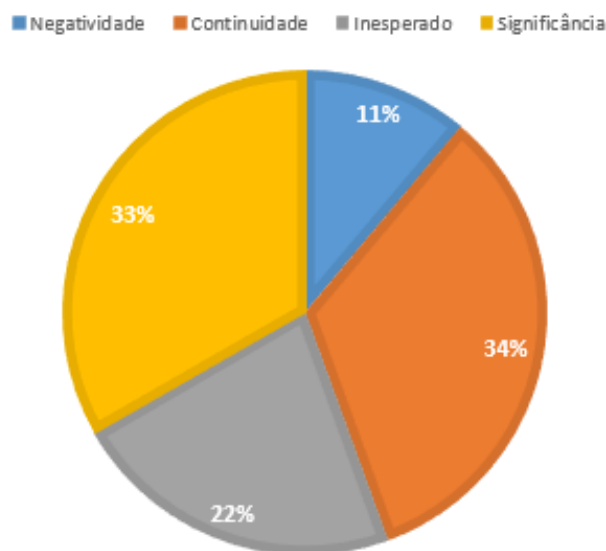


GRÁFICO 31 - CRITÉRIOS DE NOTICIABILIDADE DOMINANTES NOS DIRETOS

Aqui conseguimos perceber que em grande parte do total dos diretos transmitidos, 34% para ser exato, reina o critério da continuidade que podemos encontrar em notícias com objetivo único de dar continuidade (tal como o próprio nome indica) ao tema, mantendo o telespectador cativado e atento ao que se poderá passar. Apenas por uma margem de 1%, em segundo lugar encontramos a significância com 33%, presente quando transmitido algo de importante para o conhecimento do público. Com 22% está o critério do inesperado. Neste setor encontramos as informações de última hora por exemplo, que neste caso, dizem respeito à operação de resgate e ao número de vítimas salvas.

Por fim, temos o critério da negatividade a ocupar 11% do total. Esta percentagem refere-se a informações não positivas acerca do resgate, por exemplo, a condição das crianças

(porque a certa altura pensou-se que duas delas poderiam estar doentes), as dificuldades no trajeto, a possibilidade de início das chuvas intensas, entre outros.

B. Jornal das 8:

No Jornal das 8, transmitido em horário nobre, foram transmitidos apenas 5 diretos do local do resgate em Chiang Rai, no norte da Tailândia. Resta apenas analisar os mesmos fatores para os diretos realizados, tal como foi realizado para o jornal da uma.

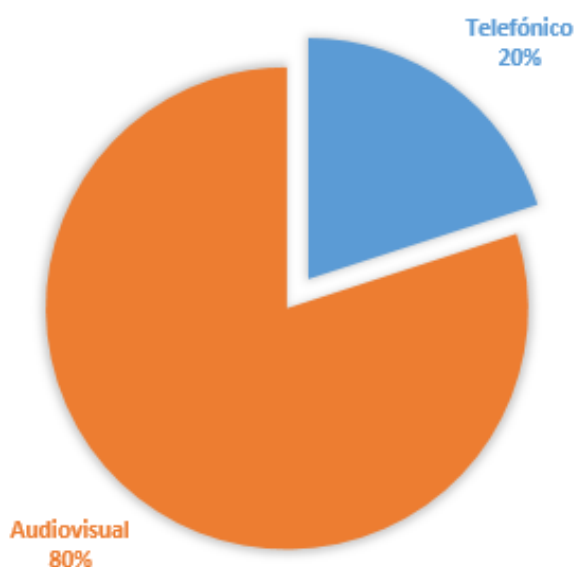


GRÁFICO 32 - MEIOS PELOS QUAIS FORAM TRANSMITIDOS OS DIRETOS NO JORNAL DAS 8

Desta vez, houve uma clara predominância dos diretos audiovisuais, comparativamente com aqueles realizados via telefônica. O método audiovisual foi utilizado em 80 % das vezes do total que corresponde a 4 dos 5 diretos realizados. Assim, apenas 20% ou apenas um direto foi realizado do local por telefone para o telejornal de horário nobre.



GRÁFICO 33 - EXISTÊNCIA DE NOVAS INFORMAÇÕES SOBRE O ACONTECIMENTO NO DIRETO

Contrariamente à situação verificada no Jornal da Uma, nesta situação a transmissão de novas informações nos diretos realizados por Judite de Sousa encontra-se em minoria, pois só em dois deles é que foram transmitidos novos aspetos sobre o acontecimento. Desta forma, 3 das transmissões realizadas serviram apenas de complemento à peça com o objetivo de captar a atenção do telespectador, visto que não se registaram novos factos sobre o ocorrido.

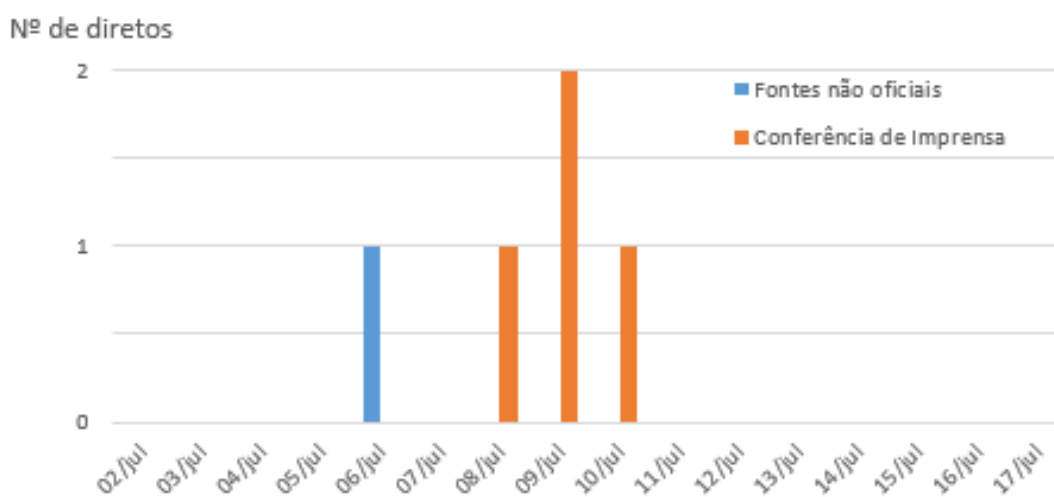


GRÁFICO 34 - FONTES UTILIZADAS PARA OS CONTEÚDOS INFORMATIVOS DOS DIRETOS

Mantendo-se o recurso de informações fornecidas pela conferência de imprensa, as agências internacionais de informação desta vez deram lugar a fontes não oficiais. Isto é, ao observarmos o gráfico conseguimos perceber que o recurso a informações obtidas nas conferências de imprensa realizadas no local é o fator dominante.

Esta fonte foi utilizada em 4 dos diretos realizados por Judite de Sousa. Apenas um foi realizado com base em informações obtidas através de fontes não oficiais, que neste caso corresponde aquele onde a jornalista da TVI no local transmitiu que algumas das crianças presas na gruta poderiam estar doentes.

No jornal das 8, os critérios de noticiabilidade que podemos encontrar nos diretos realizados (tal como descreve a tabela de análise respetiva a estes mesmos dados) apenas 3 critérios introduzidos por Galtung e Ruge: a negatividade, a continuidade e o inesperado

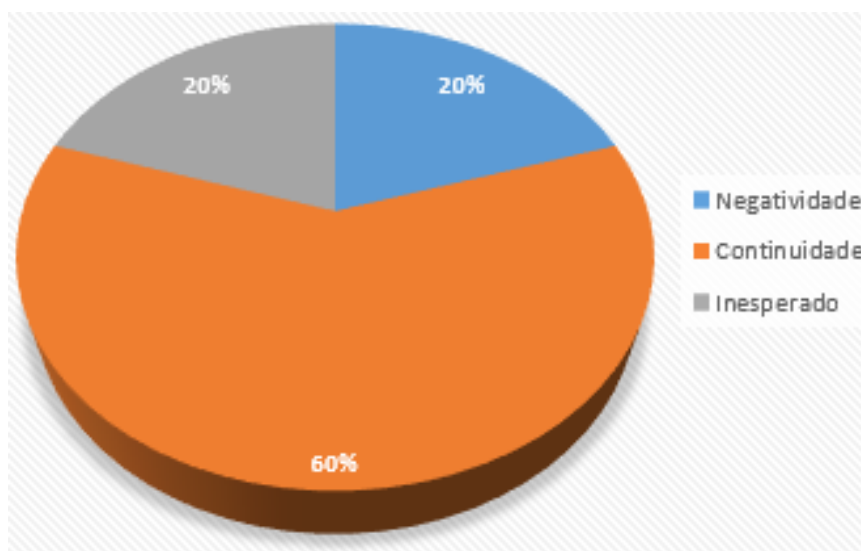


GRÁFICO 35 – VALORES DE NOTÍCIA DOMINANTES NOS DIRETOS TRANSMITIDOS NO JORNAL DAS 8

Quase que dispensam apresentações visto que se tratam de critérios já conhecidos de análises prévias. Da totalidade de diretos realizados no corpus, tal como podemos verificar no gráfico, em 60% dos mesmos, que corresponde a 3 do total, encontra-se dominante o critério de noticiabilidade definido por continuidade.

Com igual margem, ou seja 20% cada que corresponde a 1 direto cada do total, encontramos a negatividade e a continuidade, respetivamente. Relembro que, quando nos referimos à negatividade estamos a falar do momento em que Judite de Sousa anuncia que alguns dos meninos poderão estar em más condições de saúde. Já o inesperado está associado ao rápido termino da operação de resgate que se revelou ser um verdadeiro e rápido sucesso.

5.4. Balanço das entrevistas realizadas à equipa da TVI

As entrevistas foram realizadas apenas como uma técnica complementar com o objetivo de tentar obter algumas indicações que pudessem ajudar a interpretar os dados da análise de conteúdos aos noticiários, que constituem o cerne desta pesquisa empírica. Estas foram realizadas através de email, no dia 10 de agosto de 2017, devido à impossibilidade de deslocação de ambas as partes.

Após a análise das mesmas, é importante perceber e extrair aquilo que importa como sustento da tese defendida. Como podemos consultar no anexo B, a primeira

entrevistada é a jornalista Judite de Sousa que acumula os deveres jornalísticos imputados ao uso da sua carteira profissional, com o cargo de diretora adjunta da informação da TVI. Na segunda entrevista, também integrada na secção anexos B, foram recolhidas declarações de Ricardo Silva, repórter de imagem presente no local do acontecimento.

Quanto à necessidade de presença mediática em Chiang Rai na época da operação de resgate, os dois jornalistas partilham as mesmas opiniões. Esta oportunidade, segundo os profissionais, surge então pela fusão de dois pressupostos: o primeiro será identificado como utilidade de notícia (ou valor- notícia), tendo em conta o carácter global e impacto (de igual proporção) em todas as plataformas de comunicação de massa; já o segundo é a utilidade dos próprios meios, sendo que foram necessários meios técnicos mínimos para a execução pretendida. Nas palavras de Judite de Sousa, “é muito importante a cobertura mediática de grandes acontecimentos, estando nos locais. É esse o sentido do enviado especial”. Desta forma, a proximidade da fonte da notícia e/ou acontecimento e a sua notoriedade foram as razões que levaram o departamento de informação do canal a enviar a equipa para o local.

Estar no local, com as pessoas, produzindo e mediando conteúdo das fontes mais próximas ao acontecimento em plataformas múltiplas é a primeira e mais importante tarefa na deslocação. “Procurávamos manter a informação atualizada o mais possível”, alega a jornalista. As decisões editoriais são tomadas pela equipa do terreno, tendo como máxima a atualização de informação, adaptando-se à realidade que enfrentavam. “Quando estamos no terreno temos sempre liberdade para editar as nossas peças jornalísticas mediante o material que conseguimos recolher. Para além disso a Direção de Informação pedia-nos para fazermos bastantes diretos ao telefone e o envio da quantidade máxima possível de imagens do terreno e das operações que decorriam.”, afirma o repórter de imagem, Ricardo Silva.

De acordo com as respostas da equipa da TVI enviada à Tailândia, as condições de filmagem eram precárias e existiam poucas horas de descanso pois era necessário acompanhar a ordem de trabalhos de dois locais, entidades e fusos horários diferentes. Mais uma vez, como agente mediático, passa sempre por equilibrar os dois pontos da transmissão informativa.

Consequentemente, as maiores dificuldades mencionadas são alheias à captação e produção de conteúdo, mas sim à difusão do mesmo e suas implicações nos agentes locais. Momentos de tensão eram normais, não em questões de segurança, mas sim de

uma possível tragédia iminente. “Os momentos de tensão no ar eram evidentes junto das autoridades e do povo tailandês, que apesar de ser um povo bastante calmo e simpático, viviam momentos dramáticos, como é óbvio numa situação destas”, explica Ricardo Silva.

O acréscimo de credibilidade que o direto confere (destacando-o numa escala de importância) e sendo um aliado na “luta” contra o tempo, destaca a única estação televisiva no sítio face à restante concorrência. Recolher testemunhos locais e marcar a proximidade com elas. Tornar o canal como o agente que conduz aquele resultado. O direto é seu “exclusivo”.

Segundo a explicação de Judite de Sousa, a informação acerca das crianças resgatadas surgia fruto de comunicados locais e agências internacionais. Com plataformas múltiplas e agentes a publicar informação ao segundo, já não é tanto uma questão de fontes, mas sim de resposta e transmissão das mesmas. A chave é “a forma como essa informação é tratada pelos media que estão no terreno”, esclarece.

Judite de Sousa afirma que “os diretos são aquilo que nos permite estar mais próximos do telespectador, para que este possa ver e viver o que se está a passar no local em tempo real”. Neste caso a mensagem única consistia na constante atualização dos últimos acontecimentos acerca do evento. Captar o ambiente circundante era o derradeiro propósito. Não só transmitir uma notícia, mas imiscuir o público na experiência daquele universo e/ou acontecimento.

Os diretos tornam a veiculação de informação mais credível e fidedigna. Levar o público ao local é o que permite que ele tenha empatia com a situação. A missão é ser um canal entre a informação e o seu recetor. A partir daí, é fazê-lo da melhor forma possível. A informação é feita em tempo real e no local. O canal tem que ser uma extensão do público, é essa rapidez e presença que autenticam a utilização do direto em eventos de interesse público/global.

“Os diretos são importantes porque primeiro mostram uma presença física e em tempo real dos jornalistas da estação no local, transmitindo uma informação mais fidedigna, real e de proximidade junto de quem nos vê e ouve, porque hoje em dia a velocidade da informação é cada vez maior e o interesse à volta das notícias na hora aumentou significativamente junto das pessoas, não só em Portugal, como em todo o Mundo”, afirma Ricardo Silva.

CONCLUSÃO

A realidade televisiva é algo que se tem vindo a alterar consoante as necessidades da sociedade. Se antes era necessário realizar a seleção de conteúdos com o objetivo de aumentar o saber comum e interesse público (um conceito que pode ser visto através de duas perspetivas), hoje a realidade é outra.

“Estamos nos atuais noticiários televisivos em presença de factos selecionados pelo «interesse do público», menosprezando o «interesse público» dos acontecimentos” (Brandão, 2010, p.15). Isto é, segundo o autor, o foco dos telejornais contemporâneos encontra-se, na sua grande maioria, no que o público quer ver e não nos conteúdos importantes para o seu crescimento enquanto cidadão.

O confronto entre as grandes estações televisivas nacionais é a principal causa para que a realidade televisiva se tenha vindo a alterar constantemente. Com a contante pressão da concorrência e do imediatismo de conteúdos, os jornalistas têm de arranjar determinadas estratégias para conseguirem ser os primeiros a difundir a informação, e consequentemente, cativar as audiências. A televisão foca-se nos conteúdos da atualidade dentro dos registos emotivos e dramáticos, “amplificando o presente o ocupando o «espaço de visibilidade pública» como uma grandiosa «máquina de neutralização da vida social»” (Brandão, 201, p.62).

O risco? A informação torna-se uma forma de entretenimento ou “espetáculo”, como diz Brandão (2010, p.22). É daí que surge um conceito especialmente associado ao mundo televisivo, e que poderá acentuar-se ainda mais como tendências do futuro, o infotainment, regido pela perspetiva mercantilista da informação e do seu consumo pelas massas.

“A probabilidade de um noticiário captar audiências depende da sua capacidade de oferecer uma realidade completa, global e o mais natural possível” (Canavilhas, s/d, p.5). Algumas das estratégias adotadas pelos telejornais contemporâneos encontram-se relacionadas, essencialmente, com o critério da instantaneidade e do direto, visto que nestas duas situações existe um predomínio de valores de notícia ligados ao apelativo, ao inesperado e ao negativo. Valores que descrevem os conteúdos mais vistos pelos telespectadores, ou seja, o telejornalismo está-se a transformar numa área popular-sensacionalista.

O impacto e a espetacularidade da informação tornaram-se populares pela sua capacidade de oferecer uma imagem mais completa do que está a acontecer, em comparação com a experiência que o telespectador teria se estivesse no próprio local. É por esta razão que metodologias como o direto assumem um papel fundamental na captação de audiências.

Durante os três meses de estágio na delegação do Porto da TVI, foram inúmeros os casos que poderia ter selecionado para objeto de estudo. Ver por detrás das câmaras como tudo funciona e acompanhar a rotina diária de um profissional, dá uma perceção clara do lhes é pedido em cada “serviço” enfatizando sempre um foco em específico.

Foi também durante esse espaço de tempo que sucedeu um dos casos mais conhecidos a nível internacional, na qual a TVI realizou transmissões exclusivas do local para todo o país. Refiro-me, é claro, ao histórico resgate de uma equipa de futebol tailandesa e do seu monitor das grutas de Chiang Rai, no norte da Tailândia. O que começou como um assunto normal, em termos de abordagem, acabou por se tornar um dos acontecimentos do ano, movendo a comunicação em massa para o local. Foi um acontecimento que moveu o mundo até ao norte da Tailândia.

Sendo esta uma ocorrência à escala global, achei que seria interessante perceber a abordagem realizada pela única estação televisiva portuguesa no local, a TVI, nos telejornais mais vistos do país. Nesta fase, analisei alguns critérios, uns gerais e outros mais específicos, na tentativa de responder às questões que tinha colocado anteriormente.

A análise específica refere-se à parte de peças jornalísticas e dos diretos, visto que era importante perceber quais as fontes utilizadas, que tipos de informações transmitidas e quais os critérios de noticiabilidade que lhes estariam subjacentes, sem esquecer é claro de realizar a comparação entre um e outro. Desta forma, as conclusões retiradas da análise de ambos (Jornal da Uma e Jornal das 8), foram as seguintes:

I. Quais eram as principais diferenças de abordagem entre o jornal da hora de almoço e o jornal da hora do jantar?

Através da análise dos gráficos, conseguimos perceber que a abordagem do resgate, em termos estruturais, foi diferente para o Jornal da Uma e para o Jornal das 8. Começamos pela quantidade de peças jornalísticas, de diretos transmitidos e de comentadores e/ou entrevistas em estúdio sobre o ocorrido.

Comparativamente com o Jornal da Uma, o Jornal das 8 integrou um total maior de notícias realizadas com um valor de 55 peças sobre o tema, enquanto que o telejornal do almoço transmitiu um total de 48 notícias. O mesmo aconteceu relativamente ao número de comentadores ou convidados em estúdio, mas desta vez como uma margem mínima a separar. Assim, o Jornal da Uma contou com um total de 4 entrevistas e, por sua vez, o jornal das 8 integrou 5 convidados.

Em termos de picos de interesse, estes foram registados, em ambos, entre o dia 9 e o dia 11 de julho, espaço de tempo onde as crianças e o seu monitor foram retirados com sucesso da gruta na província de Chiang Rai.

No Jornal da Uma, em relação à quantidade de diretos realizados podemos verificar que no total de notícias transmitidas ao longo dos 15 dias de acontecimento, os diretos sobre o mesmo ocupam 2% dos alinhamentos em análise; já as notícias sobre a temática assumem uma percentagem de 8 % do total.

Quanto ao número de diretos realizados, no Jornal das 8, foram transmitidos 5 no espaço de tempo selecionado. O dia 9 de julho corresponde ao dia em que foram realizados 2 dois diretos do local através de dois métodos, um por via telefónica e outro audiovisual. O número total de diretos corresponde exatamente ao total de comentadores e/ou entrevistados, sobre o tema em questão, em estúdio.

II. Em que jornal é que o direto predominava?

O direto encontra-se predominantemente na programação do Jornal da Uma com a transmissão de 8 no total. O jornal passado em horário nobre transmitiu apenas 5 diretos no espaço de tempo selecionado.

No primeiro, podemos verificar a existência de 2 diretos telefónicos e de 6 diretos audiovisuais, com durações compreendidas entre os 90 segundos e os 8 minutos (tal como podemos verificar na tabela presente nos anexos 2). Em termos de critérios de noticiabilidade subjacentes, existiram quatro valores dominantes: a continuidade, a negatividade, a significância e o inesperado. Dentro deste parâmetro, a dominância encontra-se em diretos providos de continuidade (com um total de 3 em 8 do total transmitido) sendo que estes diretos são aqueles onde as informações transmitidas tem como último fim dar continuidade ao tema que estamos a retratar. De seguida encontramos a significância e o inesperado com um total de 2 diretos transmitidos cada,

onde foram retratados o número de crianças resgatadas no momento em que a operação ocorria. Por fim, temos a negatividade presente em uma das transmissões, onde a jornalista Judite de Sousa informou acerca da possibilidade de três das crianças dentro da gruta se encontrarem em más condições de saúde.

Passando para o Jornal das 8, aqui registamos um total de 5 diretos transmitidos, onde quatro dos mesmos foram realizados através de métodos audiovisuais, e apenas um através do telefone. O tempo de duração dos mesmos encontram-se compreendidos entre os 80 segundos e os 7 minutos. Quanto aos valores de notícia, nas transmissões do local neste telejornal encontramos apenas 2 critérios de noticiabilidade: a continuidade e o inesperado. Sendo a continuidade o valor de notícia dominante, este encontra-se subjacente 4 diretos transmitidos no telejornal de horário nobre, com o objetivo de manter o telespectador a par do que estava a acontecer, correndo o risco de não integrar novos conteúdos. O inesperado descreve o direto transmitido no dia 9 de julho onde foi anunciado que o termino das operações ocorreriam no dia seguinte dia 10 de julho.

A disparidade de transmissão de diretos deve-se essencialmente à diferença do fuso horário entre Portugal e a Tailândia, visto que quando em Lisboa eram 8 da noite, em Chiang Rai eram 2 da manhã.

III. Que tipo de informações eram transmitidas no decorrer dos diretos?

A realização de diretos nem sempre significa a transmissão de novas informações ou de conteúdos de última hora. Muitas vezes estes são realizados com as mesmas informações utilizadas previamente., para manter o telespectador atento e interessado.

Nos 8 diretos transmitidos no Jornal da Uma foram utilizadas 2 fontes principais: as agências internacionais de informação e as conferências que eram realizadas no local que, na sua grande maioria, eram dadas pelo governador de Chiang Rai. Esta foi a base dos conteúdos transmitidos em 3 do total de diretos, sendo que a fonte dominante e que serviu de base para 5 diretos foram as agências internacionais de informação. Em relação à difusão de novos factos acerca do acontecimento, 62% do total das transmissões (que corresponde a 5 diretos) revelaram novos factos sobre o caso. Ou seja, 37% do total (ou 3 dos oito diretos) não continham nenhum tipo de novas informações sobre o resgate.

No caso do Jornal da Uma, os 5 diretos transmitidos foram baseados, na sua grande maioria, nas conferências de imprensa realizadas no local. Apenas uma transmissão foi

baseada em fontes não oficiais. Esta corresponde ao momento em que Judite de Sousa alega que três das crianças dentro da gruta poderão estar doentes.

Quanto à existência de novas informações sobre o caso, no telejornal de horário nobre, a dominância encontra-se então na não transmissão de novos conteúdos, com 90% do total. Só no dia 9 de julho de 2018, como podemos verificar na tabela presente nos anexos 2, é que foram transmitidos novos factos relevantes para o ponto de situação, que neste caso correspondia à informação de que a operação de resgate iria terminar no dia seguinte.

Segundo o repórter de imagem, Ricardo Silva, a principal mensagem que tentavam enviar para Portugal consistia no relato “das operações do que estava a acontecer no exato momento que estavam a acontecer, tentando sintetizar ao máximo a informação, minuto a minuto, de forma a que o público em Portugal entendesse de forma clara tudo o que acontecia. Fossem as operações de resgate, como o todo o ambiente que decorria à volta disso, nomeadamente os voluntários, as famílias, o aparato de jornalistas e o interesse jornalístico mundial à volta do que estava a acontecer.” Desta forma, para o repórter de imagem os diretos são importantes pois não só mostram uma presença física e em tempo real dos jornalistas da estação no local, como também enviam uma informação mais fidedigna, real e de proximidade junto de quem os vê e ouve.

A jornalista enviada ao local, Judite de Sousa, afirma que “os diretos são aquilo que nos permite estar mais próximos do telespectador, para que este possa ver e viver o que se está a passar no local em tempo real. É um método que permite que as informações se tornem mais fidedignas e credíveis”. Ainda que algumas das informações mais importantes (como por exemplo, o número de crianças resgatadas da gruta) fossem conhecidas através das agências internacionais de informação, como a Reuters, a equipa da TVI nos diretos realizados procurava manter os espectadores a par de tudo o que estava a ser feito relativamente a operação de resgate.

Assim podemos concluir que a presença da equipa da TVI foi algo de relevante para a mediatização do acontecimento, visto que se tratava de algo impactante à escala mundial. Esta era vista como a representação de Portugal no local, visto que eram os únicos jornalistas portugueses em Chiang Rai.

Quanto à missão final dos diretos transmitidos do local, podemos concluir que estes tiveram dois propósitos principais. Isto é, além de se assumirem uma forma de transmitir factos relevantes recolhidos no local (através da conferência de imprensa, das entrevistas

com os profissionais integrantes na equipa de resgate, entre outros.), também foi uma forma de chegar mais perto do público nacional. Nesta perspetiva o objetivo passava então por cativar os telespectadores, através da transmissão do ambiente que se podia presenciar no local, apelando ao lado emotivo e sentimental do público. Este não era um caso composto só pelo “espetáculo”, não sendo só infotainment. Existe também uma vertente relevante para o aumento do conhecimento e interesse público, visto que os diretos também foram um canal para transmitir informações exclusivas da operação.

No fundo, tudo foi feito para que o espectador em casa ficasse conectado na “quatro” e não mudasse de canal, garantindo as maiores percentagens de audiências neste espaço de tempo.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alves, D. M. (2011). *Mal Dita Televisão - Da máquina enfatizada à máquina constrangida*. Coimbra: Mar da Palavra.
- BASTOS, H. (2010) – *Origens e evolução do ciberjornalismo em Portugal*. Porto: Edições Afrontamento
- BORGES, C. (2017) – *O jornalismo de proximidade na televisão nacional: O caso da SIC*. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa. Acedido no dia 10 de abril de 2018, através da fonte https://run.unl.pt/bitstream/10362/24820/1/Relat%C3%B3rio_est%C3%A1gio_Cristiana_Borges_30_06_2017.pdf
- BRUM, J. (s/d) - *A Hipótese do Agenda Setting: Estudos e Perspectivas*. Revista Razón y Palabra, 35. Acedida no dia 23 de fevereiro de 2018, através da fonte <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n35/jbrum.html>
- CANAVILHAS, J. (2010) – *Do gatekeeping ao gatewatcher: o papel das redes sociais no ecossistema mediático*. Universidade de Salamanca: Libro Nuevos Medios, Nueva Comunicación. Acedido no dia 12 de março de 2018, através da fonte https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/35620073/061_.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1527180425&Signature=C7HuFbexMfSWE091tvnkIYNzLRA%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DDo_gatekeeping_ao_gatewatcher_o_papel_da.pdf
- CANAVILHAS, J. (s/d) – *Televisão: O domínio da informação-espétaculo*. Universidade da Beira Interior. Acedido no dia 25 de maio de 2018, através da fonte <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-televisao-espectaculo.pdf>
- Costa, D. (2011). *Análise de critérios editoriais e comparação de alinhamentos: A TVI e o jogo das audiências*. Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa. Acedido no dia 6 de abril de 2018, através da fonte https://run.unl.pt/bitstream/10362/24820/1/Relat%C3%B3rio_est%C3%A1gio_Cristiana_Borges_30_06_2017.pdf
- CORREIA, J. C. (2011) – *O admirável mundo das notícias: teorias e métodos*. Covilhã: Livros LabCom. Acedido no dia 9 de março de 2018, através da fonte

http://www.labcom-ifp.ubi.pt/publicacoes/201509031123-o_admir_vel_mundo_das_noticias_2011.pdf

- DAVI, S. (2009) – A revolução da fonte no Jornalismo Moderno, segundo Chaparro. Nº 136. São Paulo: Jornal Semanal da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação (INTERCOM). Acedido no dia 29 de abril de 2018, através da fonte <http://www.intercom.org.br/boletim/a05n136/destaque11.shtml>
- ERC (2016) – *As novas dinâmicas do consumo audiovisual em Portugal*. Acedido no dia 27 de abril de 2018, através da fonte http://www.erc.pt/documentos/Estudos/ERC2016_AsNovasDinamConsAV_PT/Internet/ERC2016_AsNovasDinamConsAV_PT_web/assets/basic-html/page2.html
- FIDALGO, A. & CANAVILHAS, J. (2010) – *Todos os jornais no bolso: pensando o jornalismo na era do celular*. Acedido no dia 12 de janeiro de 2018, através da fonte <http://webx.ubi.pt/~fidalgo/antonio-fidalgo-canavilhas-todos-jornais-bolso.pdf>
- GRADIM, A. (2000) – *Manual de Jornalismo*. Covilhã: Livros LabCom, acedido a 2 de abril de 2018, através da fonte http://www.labcom-ifp.ubi.pt/publicacoes/201801141529-1_gradim_anabela_manual_jornalismo.pdf
- MCCOMBS, M. (2004) – *Setting the Agenda: the mass media na public opinion*. Malden (EUA): Blackwell Publishing Inc.
- MARINHO, S. (2000) - O valor da confiança nas relações entre jornalistas e fontes de informação. Comunicação e Sociedade 2. Cadernos do Noroeste, série Comunicação. Volume 14. Acedida no dia 16 de março de 2018, através da fonte <http://revistacomsoc.pt/index.php/comsoc/article/view/1406/1338>
- MATEUS, C. (2015) – *A utilização das redes sociais pelos jornalistas portugueses – Novos desafios éticos e deontológicos da profissão*. Livros LABCOM. Acedido no dia 23 de janeiro de 2018, através da fonte http://www.labcom-ifp.ubi.pt/ficheiros/20150522-201511_catiamateus_redessociaisjornalistas.pdf
- NEWMAN, N.; FLETCHER, R.; KALOGEROPOULOS A.; LEVY, D. & NIELSEN, K. (2017) – *Digital News Report*. Reuters Institute. Acedido a 29 de

abril de 2018, através da fonte https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/Digital%20News%20Report%202017%20web_0.pdf

- PICCININ, F. (s/d) – *Acontecimento na televisão: rituais da pós-modernidade*. Acedido no dia 20 de maio de 2018, através da fonte <http://www.bocc.ubi.pt/pag/piccinin-fabiana-acontecimentos-na-televisao.pdf>
- PINTO, M. (2000) – *Fontes Jornalísticas: Contributos para o mapeamento do campo*. Comunicação e Sociedade 2. Cadernos do Noroeste, série Comunicação. Volume 14. Acedida no dia 6 de março de 2018, através da fonte https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/5512/1/CS_vol2_mpinto_p_277-294.pdf
- SHOEMAKER, P. J. & VOS, T.P. (2011) – *Teoria do gatekeeping: seleção e construção da notícia*. Porto Alegre: ARTMED Editores S.A.
- SILVA, R. C. (2012) – *História do Jornalismo: evolução e transformação*. Revista Temática, 7. Acedida no dia 1 de fevereiro de 2018, através da fonte http://www.insite.pro.br/2012/julho/historia_jornalismo_evolucao.pdf
- SILVA, R. P. (s/d.) - *Agendamento intermediático na era do cidadão produtor de conteúdos*. Universidade da Beira Interior. Acedido no dia 25 de fevereiro de 2018, através da fonte <http://www.bocc.ubi.pt/pag/silva-rodolfo-agendamento-intermediatico-na-era-do-cidadao.pdf>
- SOARES, W. B. (s/d) - *O agendamento noticioso na Era da Tecnologia: uma análise de como a Agenda Setting interfere nos critérios de noticiabilidade*. Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC. Acedido no dia 3 de março de 2018, através da fonte <http://www.bocc.ubi.pt/pag/soares-wesley-o-agendamento-noticioso-na-era-da-tecnologia.pdf>
- SOUSA, J. P. (s/d -A) – *Por que as notícias são como são? Construindo uma teoria da notícia*. Universidade Fernando Pessoa e Centro de Investigação Media & Jornalismo. Acedido no dia 1 de fevereiro de 2018, através da fonte <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-construindo-teoria-da-noticia.pdf>
- SOUSA, J. P. (s/d -B) - *A teoria do agendamento e as responsabilidades do jornalista ambiental: uma perspectiva ibérica*. Universidade Fernando Pessoa e Centro de Investigação Media & Jornalismo. Acedido no dia 10 de fevereiro de

2018, através da fonte <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-jorge-pedro-teoria-do-agendamento.pdf>

- TRAQUINA, N. (2002) – *O que é o jornalismo*. (1ª ed.) Lisboa: Quimera Editores Lda
- TRAQUINA, N. (2004) – *A tribo jornalística – uma comunidade transnacional*. (1ª ed.) Lisboa: Editorial Notícias

LISTAGEM DE GRÁFICOS

- Gráfico 1** – Gráfico retirado do relatório de 2017, da agência Reuters. __Pág. 9
- Gráfico 2** – Consumo informativo em Portugal. _____ Pág. 33
- Gráfico 3** – Nº de notícias presentes nos alinhamentos do corpus. _____ Pág.57
- Gráfico 4** – Número total de notícias sobre o resgate transmitidas durante os 15 dias. _____ Pág. 58
- Gráfico 5** – Evolução do nº de notícias do resgate nos 15 dias de corpus. Pág.58
- Gráfico 6** – Diretos transmitidos sobre o resgate de Chiang Rai. _____ Pág. 60
- Gráfico 7** – Evolução da quantidade de diretos transmitidos. _____ Pág.60
- Gráfico 8** – Número de comentadores/entrevistados. _____ Pág. 61
- Gráfico 9** – Nº total de notícias previstas nos alinhamentos do corpus. __ Pág. 62
- Gráfico 10** – Nº de notícias sobre o resgate que foram transmitidas. ____ Pág.62
- Gráfico 11** – Evolução de notícias transmitidas sobre o resgate, no total de conteúdos que foram para o ar. _____ Pág. 63
- Gráfico 12** – Distribuição dos diretos realizados pelos dias de corpus. __ Pág. 64
- Gráfico 13** – Comentadores e/ou entrevistados em estúdio. _____ Pág. 65
- Gráfico 14** – Posicionamento das notícias no Jornal da Uma. _____ Pág.66
- Gráfico 15** – Lançamento das notícias sobre o resgate. _____ Pág. 66
- Gráfico 16** – Lançamentos utilizados por dia. _____ Pág. 67
- Gráfico 17** – Imagens utilizadas nas peças jornalísticas. _____ Pág.68
- Gráfico 18** – Fontes informativas utilizadas. _____ Pág.69
- Gráfico 19** – Fontes de informação das notícias que foram para o ar. ____ Pág. 70
- Gráfico 20** – Valores de notícia dominantes. _____ Pág. 71
- Gráfico 21** – Posicionamento das notícias no alinhamento Jornal das 8. _ Pág. 72
- Gráfico 22** – Tipologia dos lançamentos de notícia. _____ Pág. 73
- Gráfico 23** – Lançamentos dominantes nas notícias. _____ Pág. 73
- Gráfico 24** – Imagens utilizadas nas peças jornalísticas. _____ Pág. 74
- Gráfico 25** – Fontes de informação utilizadas nas notícias. _____ Pág. 75
- Gráfico 26** – Fontes utilizadas nas notícias diárias. _____ Pág. 75
- Gráfico 27** – Valores de notícia dominantes nas notícias. _____ Pág. 76
- Gráfico 28** – Diretos realizados na Tailândia. _____ Pág. 77

- Gráfico 29** – Transmissão de novas informações sobre o acontecimento nos diretos. _____ Pág. 78
- Gráfico 30** – Fontes utilizadas nas informações dos diretos. _____ Pág. 78
- Gráfico 31** – Critérios de noticiabilidade dominantes nos diretos. _____ Pág. 79
- Gráfico 32** – Meios onde foram transmitidos os diretos no Jornal das 8. _ Pág. 80
- Gráfico 33** – Novas informações sobre o acontecimento no direto. _____ Pág. 80
- Gráfico 34** – Fontes dos conteúdos informativos no direto. _____ Pág. 81
- Gráfico 35** – Valores de notícia dominantes nos diretos transmitidos no Jornal das 8. _____ Pág. 82

LISTAGEM DE TABELAS

Tabela 1 – Consumo de conteúdos audiovisuais por idade (ERC) _____ Pág. 32

Tabela 2 – Estudo retirado da ERC, “Novas dinâmicas do consumo audiovisual em Portugal (2016) _____ Pág. 33

Tabela 3 – Análise geral Jornal da Uma _____ Pág. 99

Tabela 4 – Análise geral Jornal das 8 _____ Pág. 100

Tabela 5 – Análise Específica: Notícias (Jornal da Uma) _____ Pág. 101

Tabela 6 – Análise Específica: Notícias (Jornal das 8) _____ Pág. 102

Tabela 7 – Análise Específica: Diretos (Jornal da Uma) _____ Pág. 103

Tabela 8 – Análise Específica: Diretos (Jornal das 8) _____ Pág. 104

ANEXOS A - TABELAS:

1. Tabelas de dados gerais:

0	Telejornal	Início	Final	Duração	Nº Total Notícias	Notícias		Nº de Notícias sobre o resgate	Título	Duração da notícia (minutos)	Posicionamento no alinhamento	Diretos	Duração dos diretos	Comentadores sobre o tema
						Sumarizadas	No ar							
02/jul	Jornal da 1	13:00	14:20	01H20	44	4	40	0	X	X	X	0	X	X
03/jul	Jornal da 1	12:59	14:20	01H21	49	7	42	3	Resgate Tailândia Gráfico Gruta (off) Gruta Crianças Crianças Assitidas	02:27 00:44 01:48 01:55	8* 9* 10* 10*	0	X	1
04/jul	Jornal da 1	13:00	14:20	01H20	45	3	42	4	Preparar Resgate Especialistas Talam A gruta	02:04 01:46 01:21	2* 3* 4*	1	90 seg.	X
05/jul	Jornal da 1	12H59	14H20	01H21	45	5	40	4	Interior gruta Distância Gráfico (off) Gruta Exterior	02:50 00:41 01:46	1* 2* 3*	0	X	X
06/jul	Jornal da 1	12H59	14H20	01H21	31	1	30	2	Mergulhadores grutas Mergulhador Morre Últimas Gruta	01:50 02:06 01:34	1* 4* 5*	0	X	X
07/jul	Jornal da 1	12H59	13H59	01H00	29	3	26	3	Rportagem Tailândia Milúdos Tailândia Sab. Cartas Meninos	01:38 01:55 01:44	1* 2* 3*	1	02:34	X
08/jul	Jornal da 1	12H59	14H00	1H01	25	8	17	5	Reportagem Resgate Live Judite Operação Resgate Quem são os 13 Resposta dos pais	01:45 03:06 02:16 02:48 01:25	1* 2* 4* 8* 9*	1	05:00	1
09/jul	Jornal da 1	13H00	14H20	1H20	42	7	35	7	Operação retomada Hospital Crianças Explica melhor operação Os resgatados Ansiedade Famílias	01:59 01:34 01:39 01:41 01:19	4* 2* 3* 4* 5*	2	8.84 5.89	1
10/jul	Jornal da 1	13H00	14H20	1H20	42	9	33	6	Resgate retomado Terceiro resgate Médicos Tailândia Novas famílias Médico Australiano Testemunhos Preparativos Treinador Budista Crianças Tailândia Rep. Judite 8 Rescaldo Resgate Homenagem escola Resgate vídeo (off) Imagens crianças (off) Resgate vídeo (off) Últimas Tailândia	00:44 01:59 02:00 02:39 01:11 01:52 01:41 02:19 02:16 01:59 01:11 00:49 00:39 00:49 01:49	3* 4* 1* 4* 5* 6* 7* 10* 11* 12* 13* 14* 27* 28* 6*	3	01:11 01:07 03.96	1
11/jul	Jornal da 1	13H00	14H21	1H21	56	17	41	7	Crianças Tailândia nova Últimas Tailândia Vídeo resgate	01:49 02:27	6* 8*	0	X	X
12/jul	Jornal da 1	12H59	14H21	1H22	48	10	38	3	Últimas Tailândia Tailândia Meninos	01:19 02:47	7* 8*	0	X	X
13/jul	Jornal da 1	13H00	14H21	1H21	30	5	25	1	Últimas Tailândia	01:48	21*	0	X	X
14/jul	Jornal da 1	13H00	13H59	0H59	29	8	21	1	Tailândia Meninos	02:53	1*	0	X	X
15/jul	Jornal da 1	13H00	14H00	1H00	30	6	24	1	Mais Tailândia	01:50	11*	0	X	X
16/jul	Jornal da 1	12H59	14H21	1H22	39	4	35	1	Tailândia	01:26	21*	0	X	X
17/jul	Jornal da 1	12H59	14H22	1H23	43	7	36	0	X	X	X	0	X	X
TOTAL						627	525	48				8		4

TABELA 3 – GERAL: JORNAL DA UMA

1ª Parte do Telejornal

2ª Parte do Telejornal

Não existe nenhum registro

Dia	Telejornal	Início	Final	Duração	Nº Total Notícias	Notícias		Nº de Notícias sobre o resgate	Título	Duração da notícia	Posicionamento	Diretos	Duração dos direitos	Comentadores sobre o tema
						Suprimidas	No ar							
02/jul	Jornal das 8	19H59	21H23	1H24	31	0	31	1	Miúdos Tailandeses Momento descoberta Resgate crianças	01:33 00:43 02:12	24º 3º 4º	0	X	0
03/jul	Jornal das 8	19H59	21H19	1H20	34	5	29	7	Gruta crianças Grafismo gruta (off) Mapa localização (off) Famílias crianças A gruta	01:48 00:42 00:20 01:34 01:21	5º 6º 7º 8º 9º	0	X	2
04/jul	Jornal das 8	20H00	21H21	1H21	34	1	33	5	Resgate preparativos Crianças assistidas Amigos e famílias Quem é o treinador Mergulhadores grutas Últimas gruta	02:04 01:41 01:31 01:38 01:50 01:51	1º 2º 3º 4º 5º 1º	0	X	0
05/jul	Jornal das 8	19H59	21H21	1H22	35	1	34	3	Mais gruta Distância graf (off) Preparativos resgate	01:46 00:46 02:07	2º 3º 1º	0	X	0
06/jul	Jornal das 8	19H59	21H21	1H22	31	2	29	4	Mergulhador morre Mergulhadores UK Histórias gruta	02:06 02:01 01:39	2º 3º 4º	1	07.85	0
07/jul	Jornal das 8	19H59	21H21	1H22	25	4	21	4	Reportagem Judite Falso directo Judite Alternativas grutas Cartas meninos Chegada ao hospital Operação resgate Explica melhor operação Os resgatados	02:29 03:14 01:25 01:44 01:46 01:51 01:39 01:41	10º 2º 3º 4º 1º 2º 2º 4º	0	X	0
08/jul	Jornal das 8	19H59	21H21	1H22	24	12	12	4	Rep. Judite Cola Últimas novo resgate Resgatados	02:20 01:58 01:57	3º 4º 5º	1	06:08	1
09/jul	Jornal das 8	19H59	21H25	1H26	35	11	24	8	Crianças hospital Ansiedade famílias Escola miúdos Testemunhos preparativos Material resgate Fim do Salvamento Estado Crianças	01:18 01:19 01:11 01:41 01:33 02:00 01:46	5º 7º 8º 9º 10º 3º 4º	2	06:05	0
10/jul	Jornal das 8	19H59	21H20	1H21	39	24	15	6	Últimas tailândia (off) Rep Judite JB Alegria tailândia Médico australiano Pivot gruta	02:14 01:15 01:32 01:34	10º 11º 12º 13º 1º	1	05:05	1
11/jul	Jornal das 8	19H59	21H24	1H25	45	12	33	6	Resgate JB Cola Crianças tailândia nova Homenagem escola O vídeo do resgate The best of Thailand	02:08 01:19 01:11 02:27 11:07	2º 3º 4º 22º 23º	0	X	0
12/jul	Jornal das 8	19H59	21H23	1H24	34	6	28	2	Mergulhadores tailândia Reportagem gruta Últimas tailândia	01:49 01:28 01:48	19º 20º 21º	0	X	1
13/jul	Jornal das 8	19H58	21H19	1H21	36	0	36	1	Tailândia meninos JB Família menino Médico australiano	02:18 02:22 01:43	5º 6º 7º	0	X	0
14/jul	Jornal das 8	19H59	21H24	1H25	35	6	29	3	X X X	X X X	X X X	0	X	0
15/jul	Jornal das 8	19:59	21H08	1H09	22	1	21	0	X X	X X	X X	0	X	0
16/jul	Jornal das 8	19H59	21H23	1H24	34	5	29	0	X X	X X	X X	0	X	0
17/jul	Jornal das 8	19H59	21H21	1H22	22	0	22	1	Últimas tailândia	01:33	17º	0	X	0
TOTAL						516	426	55				5		5

TABELA 4 – GERAL: JORNAL DAS 8

2. Tabela de dados específicos - Notícias:

Data	Telejornal	Notícias	Título	Posicionamento no alinhamento	Duração da notícia (minutos)	Emotivo	Lançamento		Imagens TVI	Peça editada	Fontes	Valores-notícia dominante		
							Informativo	Apelativo						
02/jul	Jornal da 1	0												
03/jul	Jornal da 1	3	8*	Resgate Tailândia	02:27		X			X	Agência de informação	Significância		
			9*	Grafismo Gruta (Off)	00:44			X			X	Agência de informação	Negatividade	
			10*	Gruta Crianças	01:48		X					X	Marinha Tailandesa	Continuidade
04/jul	Jornal da 1	4	1*	Crianças Assistidas	01:55			X			Marinha Tailandesa	Continuidade		
			2*	Preparar Resgate	02:04		X				X	Agência de informação	Negatividade	
			3*	Especialistas falam	01:46		X					X	Agência de informação	Continuidade
			4*	A gruta	01:21		X					X	Agência de informação	Personalização
05/jul	Jornal da 1	4	1*	Interior gruta	02:50		X				Agência de informação	Negatividade		
			2*	Distância Gráfico (off)	00:41		X				X	Agência de informação	Continuidade	
			3*	Gruta Exterior	01:46		X					X	Agência de informação	Continuidade
06/jul	Jornal da 1	2	1*	Mergulhadores grutas	01:50	X			X		Mergulhadores Portugueses	Personalização		
			4*	Mergulhador Morre	02:06		X					X	Marinha Tailandesa	Negatividade
			5*	Ultimas Gruta	01:34		X					X	Agência de informação	Continuidade
			1*	Rportagem Tailândia	01:38		X			X			Conferência de Imprensa	Continuidade
			2*	Mlúdos Tailândia Sab.	01:55		X					X	Conferência de Imprensa	Continuidade
07/jul	Jornal da 1	3	3*	Cartas Memínos	01:44	X					Agência de informação	Personalização		
			1*	Reportagem Resgate	01:45		X			X		Media Internacionais	Inesperado	
			2*	Live Judite	03:06		X			X			Agência de informação	Continuidade
08/jul	Jornal da 1	5	4*	Operação Resgate	02:16		X				Agência de informação	Inesperado		
			8*	Quem são os 13	02:48		X					Agência de informação	Continuidade	
			9*	Resposta dos pais	01:25		X					X	Agência de informação	Continuidade
			1*	Operação retomada	01:59		X					X	Agência de informação	Inesperado
09/jul	Jornal da 1	7	2*	Hospital crianças	01:34		X				Agência de informação	Continuidade		
			3*	Explica melhor operação	01:39		X					X	Agência de informação	Continuidade
			4*	Os resgatados	01:41		X					X	Fontes não oficiais	Continuidade
			5*	Ansiedade Famílias	01:19		X						Agência de informação	Continuidade
10/jul	Jornal da 1	6	3*	Resgate suspenso (off)	00:44	X					Media Internacionais	Significância		
			4*	Operação retomada	01:59		X					X	Marinha Tailandesa	Continuidade
			1*	Tercero resgate	02:00		X			X			Agência de informação	Inesperado
			2*	Médicos Tailândia	02:39		X						Conferência de Imprensa	Continuidade
			4*	Novas famílias	01:11		X						Conferência de Imprensa	Significância
			5*	Médico Australiano	01:32		X					X	Media Internacionais	Personalização
			6*	Testemunhos Preparativos	01:41		X						Agência de informação	Continuidade
			7*	Treinador Budista	02:19		X						Agência de informação	Personalização
			10*	Crianças Tailândia	02:16		X						Agência de informação	Continuidade
			11*	Rep. Judite 8	02:14		X				X		Sem Fontes	Personalização
11/jul	Jornal da 1	7	12*	Rescaldo Resgate	01:59		X				Media Internacionais	Significância		
			13*	Homenagem escola	01:11		X			X		Agência de informação	Continuidade	
12/jul	Jornal da 1	3	14*	Resgate vídeo (off)	00:49		X				Marinha Tailandesa	Continuidade		
			27*	Imagens crianças (off)	00:39	X						X	Marinha Tailandesa	Continuidade
			28*	Resgate vídeo (off)	00:49	X						X	Marinha Tailandesa	Continuidade
			6*	Últimas Tailândia	01:49		X					X	Media Internacionais	Continuidade
13/jul	Jornal da 1	1	7*	Crianças Tailândia nova	01:19		X				Fontes não oficiais	Significância		
			8*	Vídeo resgate	02:27		X					X	Autoridades Tailandesas	Continuidade
			21*	Últimas Tailândia	01:48		X					X	Media Internacionais	Continuidade
14/jul	Jornal da 1	1	Tailândia Memínos	02:53		X				Media Internacionais	Significância			
15/jul	Jornal da 1	1	Mais Tailândia	01:50		X				X	Media Internacionais	Continuidade		
16/jul	Jornal da 1	1	Tailândia	01:26		X				X	Media Internacionais	Significância		
17/jul	Jornal da 1	0												
TOTAL:		48				20	25	4	7	41				

TABELA 5 – NOTÍCIAS: JORNAL DA UMA

1: Parte do Telejornal 2: Parte do Telejornal

3: Não existe nenhum registro

Data	Telejornal	Notícias	Título	Posicionamento	Duração Notícia	Emotivo	Lançamento Informativo	Apelativo	Imagens TVI	Peça editada Outras Imagens	Fontes	Valores-notícia dominantes
02/jul	Jornal das 8	1	Miúdos Tailandeses Momento descoberta	24º	01:33	X	X			X	Agências de informação	Significância
			Resgate crianças	3º	00:43	X	X			X	Agências de informação	Continuidade
			Gruta crianças	4º	02:12		X			X	Agências de informação	Continuidade
03/jul	Jornal das 8	7	Grafismo gruta (off)	5º	01:48	X	X			X	Marinha Tailandesa	Significância
			Mapa localização (off)	6º	00:42		X		X	X	Agências de informação	Continuidade
			Famílias crianças	7º	00:20	X	X		X	X	Sem fontes	Continuidade
			A gruta	8º	01:34	X	X			X	Média internacionais	Continuidade
			Resgate preparativos	9º	01:21		X			X	Sem fontes	Continuidade
04/jul	Jornal das 8	5	Crianças assistidas	1º	02:04		X	X		X	Agências de informação	Continuidade
			Amigos e famílias	2º	01:41		X			X	Marinha Tailandesa	Continuidade
			Quem é o treinador	3º	01:31	X	X			X	Agências de informação	Continuidade
			Mergulhadores grutas	4º	01:38	X	X			X	Média internacionais	Personalização
			Últimas gruta	5º	01:50		X			X	Mergulhadores portugueses	Continuidade
05/jul	Jornal das 8	3	Mais gruta	1º	01:51	X	X			X	Marinha Tailandesa	Continuidade
			Distância graf (off)	2º	01:46		X			X	Média internacionais	Continuidade
			Preparativos resgate	3º	00:46		X		X	X	Sem fontes	Continuidade
06/jul	Jornal das 8	4	Mergulhador morre	1º	02:07		X			X	Marinha Tailandesa	Significância
			Histórias gruta	2º	02:06		X			X	Agências de informação	Personalização
			Reportagem Judite	3º	02:01		X	X		X	Agências de informação	Personalização
			Falso direito Judite	4º	01:39	X	X		X	X	Média internacionais	Continuidade
07/jul	Jornal das 8	4	Alternativas grutas	1º	02:29	X	X		X	X	Conféncia de imprensa	Continuidade
			Cartas meninos	2º	03:14	X	X		X	X	Sem fontes	Continuidade
			Chegada ao hospital	3º	01:25	X	X			X	Agências de informação	Continuidade
			Operação resgate	4º	01:44	X	X			X	Agências de informação	Continuidade
08/jul	Jornal das 8	4	Explica melhor operação	1º	01:46		X			X	Agências de informação	Inesperado
			Os resgatados	2º	01:51		X			X	Agências de informação	Continuidade
			Rep. Judite Cola	3º	01:39	X	X			X	Marinha Tailandesa	Continuidade
			Últimas novo resgate	4º	01:41	X	X			X	Fontes não oficiais	Continuidade
09/jul	Jornal das 8	8	Resgatados	3º	02:20	X	X			X	Agências de informação	Inesperado
			Ansiedade famílias	4º	01:58		X			X	Marinha Tailandesa	Continuidade
			Escola miúdos	5º	01:57		X			X	Agências de informação	Continuidade
			Testemunhos preparativos	6º	01:18	X	X			X	Conféncia de imprensa	Continuidade
			Fim do Salvamento	7º	01:19	X	X			X	Média internacionais	Continuidade
			Estado Crianças	8º	01:11		X			X	Média internacionais	Continuidade
10/jul	Jornal das 8	6	Últimas tailândia (off)	10º	01:41		X			X	Redes Sociais	Continuidade
			Rep Judite J8	11º	02:00		X			X	Agências de informação	Inesperado
			Alegria tailândia	12º	00:52	X	X			X	Conféncia de imprensa	Significância
			Médico australiano	13º	02:14		X	X		X	Conféncia de imprensa	Continuidade
			Pivot gruta	14º	01:15		X		X	X	Sem fontes	Continuidade
			Resgate J8 Cola	15º	01:32		X			X	Média internacionais	Continuidade
11/jul	Jornal das 8	6	Crianças tailândia nova	1º	00:34		X			X	Agências de informação	Inesperado
			Homagem escola	2º	02:08		X			X	Agências de informação	Continuidade
			O video do resgate	3º	01:19	X	X			X	Agências de informação	Significância
			The best of Thailand	4º	02:27		X	X		X	Agências de informação	Continuidade
12/jul	Jornal das 8	2	Mergulhadores tailândia	22º	11:07		X			X	Marinha Tailandesa	Continuidade
			Reportagem gruta	23º	11:07		X			X	Média internacionais	Continuidade
			Últimas tailândia	19º	01:49		X			X	Média internacionais	Continuidade
13/jul	Jornal das 8	1	Tailandia meninos J8	20º	01:28		X			X	Sem fontes	Continuidade
			Família menino	21º	01:48	X	X			X	Média internacionais	Continuidade
			Médico australiano	5º	02:18	X	X			X	Autoridade tailandesa	Significância
14/jul	Jornal das 8	3	Últimas tailândia	6º	02:22		X			X	Média internacionais	Continuidade
15/jul	Jornal das 8	0		7º	01:43		X			X	Média internacionais	Personalização
16/jul	Jornal das 8	0										
17/jul	Jornal das 8	1	Últimas tailândia									
TOTAL		55		17º	01:33	15	33	7	6	49	Agências de informação	Significância

TABELA 6 - NOTÍCIAS: JORNAL DAS 8

1º Parte do Telejornal

2º Parte do Telejornal

Não existe nenhum registo

3. Tabela de dados específicos – Diretos:

Data	Telejornal	Tipo de Direto		Duração (minutos)	Infor. novas no direto	Fontes	Valores-notícia dominantes
		Telefônico	Audiovisual				
02/jul	Jornal da 1						
03/jul	Jornal da 1						
04/jul	Jornal da 1		X	90 segundos	Sim	Agência de Informação	Negatividade
05/jul	Jornal da 1						
06/jul	Jornal da 1						
07/jul	Jornal da 1		X	02:34	Sim	Conf. Imprensa Governador	Continuidade
08/jul	Jornal da 1	X		05:00	Sim	Agência de Informação	Continuidade
09/jul	Jornal da 1	X		08.84	Não	Agência de Informação	Inesperado
			X	05.89	Não	Agência de Informação	Significância
10/jul	Jornal da 1		X	01:11	Sim	Agência de Informação	Inesperado
			X	01:07	Não	Conf. Imprensa secret. Saúde	Continuidade
			X	03.96	Sim	Conf. Imprensa Governador	Significância
11/jul	Jornal da 1						
12/jul	Jornal da 1						
13/jul	Jornal da 1						
14/jul	Jornal da 1						
15/jul	Jornal da 1						
16/jul	Jornal da 1						
17/jul	Jornal da 1						

TABELA 7 – DIRETOS: JORNAL DA UMA

■ Não há registro de diretos

Data	Telejornal	Tipo de Direto		Duração (minutos)	Infor. novas no direto	Fontes	Valores-notícia dominantes
		Telefónico	Audiovisual				
02/jul	Jornal das 8						
03/jul	Jornal das 8						
04/jul	Jornal das 8						
05/jul	Jornal das 8						
06/jul	Jornal das 8		X	07.85	Sim	Fontes não oficiais	Continuidade
07/jul	Jornal das 8						
08/jul	Jornal das 8		X	06:08	Não	Conf. Imprensa governador	Continuidade
09/jul	Jornal das 8		X	06:05	Não	Conf. Imprensa governador	Continuidade
		X		00.82	Sim	Conf. Imprensa governador	Inesperado
10/jul	Jornal das 8		X	05:05	Não	Conf. Imprensa governador	Continuidade
11/jul	Jornal das 8						
12/jul	Jornal das 8						
13/jul	Jornal das 8						
14/jul	Jornal das 8						
15/jul	Jornal das 8						
16/jul	Jornal das 8						
17/jul	Jornal das 8						

TABELA 8 - DIRETOS: JORNAL DAS 8

■ Não há registo de diretos

ANEXOS B - ENTREVISTAS:

1- JORNALISTA – JUDITE DE SOUSA:

1. Quando é a que a ida para a Tailândia começou a ser uma opção? Como é que tudo se sucedeu?

JD - É muito importante a cobertura mediática de grandes acontecimentos, estando nos locais. É esse o sentido do enviado especial. No caso da Tailândia, a decisão foi tomada quando o assunto saltou para as primeiras páginas da atualidade e passaram a existir no local meios de satélite.

2. Qual era a vossa rotina diária?

JD - Estávamos no local onde se concentrava a imprensa. Mostrávamos o que estava a acontecer, assistíamos as conferências de imprensa, fazíamos reportagens, diretos quer com imagem, quer por via telefónica.

3. O que vos era pedido para fazer no terreno?

JD - São as equipas nos locais que tomam as decisões editoriais. Procurávamos manter a informação atualizada o mais possível.

4. Quais foram as maiores dificuldades que vocês, enquanto equipa, tiveram de enfrentar?

JD - As maiores dificuldades estão relacionadas com o cansaço, devido à diferença horária. As 20 horas em Lisboa, eram 2 da manhã em Chiang Rai.

5. Enquanto a única estação televisiva portuguesa no terreno, qual é que era o vosso objetivo diário?

JD - O objetivo é marcarmos a diferença em relação aos nossos concorrentes. Estando presente, há um acréscimo de credibilidade na informação comunicada. Os espectadores percebem isso.

6. As informações acerca do número de crianças resgatadas chegavam até Portugal através de vocês ou havia outro tipo de fonte? (Se sim, qual?)

JD - Num mundo global, a informação circula para todo o lado através das agências internacionais. A questão que se coloca tem a ver com a forma como essa informação é tratada pelos media que estão no terreno.

7. Qual era a mensagem que tentavam transmitir através dos diretos?

JD - Procurávamos manter os espectadores a par de tudo o que estava a ser feito relativamente a operação de resgate.

8. Na sua opinião, relativamente a este tipo de acontecimentos, qual é a importância que os diretos têm?

JD - Os diretos são aquilo que nos permite estar mais próximos do telespectador, para que este possa ver e viver o que se está a passar no local em tempo real. É um método que permite que as informações se tornem mais fidedignas e credíveis.

2- REPÓRTER DE IMAGEM – RICARDO SILVA

1. Quando é a que a ida para a Tailândia começou a ser uma opção? Como é que tudo se sucedeu?

RS - A nossa ida para a Tailândia foi uma opção quando o interesse mediático à volta da notícia se começou a intensificar, o Departamento de Informação optou por enviar uma equipa de reportagem no sentido de obter o máximo de informação possível sobre o evento que estava a acontecer e para estarmos mais próximos da fonte da notícia.

2. Qual era a vossa rotina diária?

RS - A nossa rotina era muito cansativa devido à diferença horária de mais 6 horas em relação a Portugal, o que exigia muito esforço da nossa parte no sentido de estar a obter informação das fontes no terreno e enviar essa informação para Portugal. Nós levantávamo-nos todos os dias às 6 da manhã locais (meia noite em Lisboa) para ir para o terreno, uma vez que o início das operações começava bem cedo e nós queríamos estar sempre em cima do acontecimento. Para podermos estar a fazer diretos para o principal Jornal da TVI às 20h de Portugal, o Jornal das 8, eram 2 da manhã em Chiang Rai, o que demonstra a quantidade de horas que passávamos a trabalhar e as poucas horas que tínhamos para descansar. Além disso, as condições no terreno eram bastante precárias, além do calor que rondava sempre os 34 graus, a humidade era altíssima, chovia a cada passo e o terreno estava sempre enlameado.

3. O que vos era pedido para fazer no terreno?

RS - Quando estamos no terreno temos sempre liberdade para editar as nossas peças jornalísticas mediante o material que conseguimos recolher, para além disso a Direção de Informação pedia-nos para fazermos bastantes diretos ao telefone e o envio da quantidade máxima possível de imagens do terreno e das operações que decorriam.

4. Quais foram as maiores dificuldades que vocês, enquanto equipa, tiveram de enfrentar?

RS - As principais dificuldades foram várias, nomeadamente as condições atmosféricas como referi atrás, mas também a logística, a língua que muitas vezes é um entrave mesmo com tradutor e assistir ao drama dos familiares que não sabem, nem ninguém saberia como iria ser o desfecho das operações de retirada dos jovens da caverna. Os momentos de tensão no ar eram evidentes junto das autoridades e do povo tailandês, que apesar de ser um povo bastante calmo e simpático, viviam momentos dramáticos, como é óbvio numa situação destas.

5. Enquanto a única estação televisiva portuguesa no terreno, qual é que era o vosso objetivo diário?

RS - O nosso objetivo diário era recolher o máximo de informação possível das fontes no terreno, tratá-la e enviá-la para Portugal, marcando uma proximidade da nossa estação de televisão junto das fontes de informação e do público que nos vê.

6. As informações acerca do número de crianças resgatadas chegavam até Portugal através de vocês ou havia outro tipo de fonte? (Se sim, qual?)

RS - As informações acerca do número de crianças resgatadas chegavam a Portugal através de nós no terreno junto das nossas fontes no local, no preciso momento em que isso acontecia.

7. Qual era a mensagem que tentavam transmitir através dos diretos?

RS - A principal mensagem que enviávamos para Portugal era relatar as operações do que estava a acontecer no exato momento que estavam a acontecer, tentando sintetizar ao máximo a informação, minuto a minuto, de forma a que o público em Portugal entendesse de forma clara tudo o que acontecia. Fossem as operações de resgate, como o todo o ambiente que decorria à volta disso, nomeadamente os voluntários, as famílias, o aparato de jornalistas e o interesse jornalístico mundial à volta do que estava a acontecer.

8. Na sua opinião, relativamente a este tipo de acontecimentos, qual é a importância que os diretos têm?

RS - Os diretos são importantes porque primeiro mostram uma presença física e em tempo real dos jornalistas da estação no local, transmitindo uma informação mais fidedigna, real e de proximidade junto de quem nos vê e ouve, segundo porque hoje em dia a velocidade da informação é cada vez maior e o interesse à volta das notícias na hora aumentou significativamente junto das pessoas, não só em Portugal, como em todo o Mundo. A informação hoje em dia é feita cada vez mais em tempo real e sempre no local.