

**Um estudante de cinema no Porto Canal:
Reflexões sobre o jornalismo digital**
Versão final após defesa

Hélder Manuel Soares Silva
M12953

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

Orientador: Prof. Doutor Luís Carlos da Costa Nogueira

dezembro de 2024

Declaração de Integridade

Eu, Hélder Manuel Soares Silva, que abaixo assino, estudante com o número de inscrição M12953 de Cinema da Faculdade de Artes e Letras, declaro ter desenvolvido o presente trabalho e elaborado o presente texto em total consonância com o **Código de Integridades da Universidade da Beira Interior**.

Mais concretamente afirmo não ter incorrido em qualquer das variedades de Fraude Académica, e que aqui declaro conhecer, que em particular atendi à exigida referenciação de frases, extratos, imagens e outras formas de trabalho intelectual, e assumindo assim na íntegra as responsabilidades da autoria.

Universidade da Beira Interior, Covilhã 13/12/2024

Hélder Manuel Soares Silva

Agradecimentos

À minha família pelo apoio durante a realização do Mestrado e deste estágio.

Aos coordenadores do departamento digital do Porto Canal pelo voto de confiança e oportunidade de estagiar nesta entidade.

Aos colaboradores do Porto Canal pelo acolhimento na equipa e pelos conhecimentos transmitidos.

À Universidade da Beira Interior, docentes e discentes do Mestrado em Cinema por este percurso enriquecedor de aprendizagem.

Ao professor Luís Nogueira pela disponibilidade, apoio e orientação no desenvolvimento deste relatório.

À Alexandra Sotomaior por todo apoio ao longo do meu percurso universitário.

Resumo

O presente relatório de estágio tem como objetivo refletir acerca da componente audiovisual do jornalismo digital, através da perspectiva de um estudante de cinema. Pretende, deste modo, dar a conhecer o trabalho realizado no departamento digital da empresa Porto Canal, assim como descrever a experiência e conhecimento adquiridos.

Durante o estágio foram desempenhados o cargo de repórter de imagem e montador, efetuando a captação de vídeo e de fotografia e a montagem de peças jornalísticas. O conteúdo produzido tinha como propósito ser publicado no Instagram e no website do Porto Canal.

Este documento é constituído por três capítulos. O primeiro apresenta uma aproximação relação entre os mundos do cinema e do jornalismo, quer pela presença do jornalismo na história do cinema, quer pela representação da figura do jornalista neste meio. O segundo será dedicado à imagem, no qual será feita uma reflexão sobre a introdução do audiovisual no jornalismo e as características do jornalismo audiovisual. Por fim, o terceiro capítulo abordará a montagem no jornalismo digital, os aspetos diferenciadores face à montagem no jornalismo televisivo e o modo como os seus diferentes formatos condicionam o seu processo.

Palavras-chave:

Porto Canal;imagem;montagem;jornalismo televisivo;jornalismo digital;cinema e jornalismo

Abstract

The present internship report aims to reflect on the audiovisual component of digital journalism from the perspective of a film student. It seeks to present the work carried out in the digital department of the company Porto Canal, as well as to describe the experience and knowledge acquired.

During the internship, the roles of image reporter and editor were performed, involving video and photography capture and the editing of journalistic pieces. The produced content was intended for publication on Instagram and the Porto Canal website.

This document is composed of three chapters. The first presents the close relationship between the worlds of cinema and journalism, both through the presence of journalism in cinema history and the representation of the journalist in this medium. The second chapter will focus on the image, offering a reflection on the introduction of audiovisual elements in journalism and the characteristics of audiovisual journalism. Finally, the third chapter will address video editing in digital journalism, highlighting the distinguishing aspects compared to television journalism editing and how their different formats shape the process.

Keywords:

Porto Canal; image; editing; broadcast journalism; digital journalism; cinema and journalism;

Índice

Introdução	19
Capítulo 1: Cinema e Jornalismo: Uma aproximação	21
1.1 História do jornalismo no cinema.....	21
1.2 Representação do Jornalista no Cinema	34
Capítulo 2: Imagem.....	50
2.1A Imagem no Jornalismo: um elemento diferenciador	50
2.2 O Jornalista e o Repórter de Imagem: entre registo e criação	68
Capítulo 3: Montagem.....	79
3.1 Jornalismo Digital VS Jornalismo Televisivo	79
3.2 Formatos e narrativas no Jornalismo Digital	90
Conclusão	107
Bibliografia	111
Filmografia:	115

Índice de Figuras

Figura 1 Fotograma do filme La Sortie de l'Usine Lumière à Lyon (Lumière, 1895).....	22
Figura 2 Fotograma do filme Les Forgerons (Lumière, 1895).....	23
Figura 3 Fotograma do filme Le débarquement du congrès de photographie à Lyon (Lumière, 1895).....	23
Figura 4 Fotograma do filme Earthquake Ruins, New Majestic Theatre and City Hall.....	23
Figura 5 Falso newsreel News on the March no filme Citizen Kane (Welles, 1941).....	24
Figura 6 Fotograma do newsreel The March of Time do filme Inside Nazi Germany (Glenn, 1938).....	25
Figura 7 Exemplo de falsa imagem de arquivo no filme Citizen Kane.....	25
Figura 8 Exemplo de imagem de arquivo utilizada no filme Inside Nazi Germany.....	26
Figura 9 Exemplo do uso de grafismos para incluir citações em Citizen Kane ..	26
Figura 10 Exemplo do uso de grafismos para incluir citações em Inside Nazi Germany.....	26
Figura 11 Exemplo do uso de um plano de manchete de jornal no filme Citizen Kane.....	27
Figura 12 Exemplo do uso de um plano de um grafico de mapa no filme Citizen Kane.....	27
Figura 13 Exemplo do uso de um plano de manchete de jornal no filme Inside Nazi Germany.....	27
Figura 14 Exemplo do uso de um grafico de mapa no filme Inside Nazi Germany.....	28
Figura 15 Exemplo de recurso a grafismos para introduzir informações no filme Fahrenheit 9/11 (Moore, 2024).....	28
Figura 16 Exemplo do uso de um grafico de mapa no filme Fahrenheit 9/11.....	29
Figura 17 Exemplo do uso de um plano de uma manchete de jornal no filme Fahrenheit 9/11.....	29

Figura 18 Exemplo de imagem de arquivo de jornalismo televisivo utilizada no filme Fahrenheit 9/11	29
Figura 19 Exemplo do uso de uma manchete de jornalismo digital no filme Fahrenheit 9/11	29
Figura 20 Exemplo do uso da linguagem audiovisual do jornalismo televisivo no filme 2012 (Emmerich, 2009).....	30
Figura 21 Exemplo do uso da linguagem audiovisual do jornalismo televisivo no filme World War Z (Foster, 2013).....	30
Figura 22 Exemplo do uso da linguagem audiovisual do jornalismo televisivo no filme The Return of the Living Dead	31
Figura 23 Utilização da linguagem audiovisual do jornalismo televisivo no filme [Rec] na simulação de gravação de um vivo	31
Figura 24 Utilização da linguagem audiovisual do jornalismo televisivo no filme [Rec] na simulação na gravação de uma entrevista.....	32
Figura 25 Dutton Peabody, personagem interpretado por Edmond O'Brien, no filme The Man Who Shot Liberty Vengeance.....	35
Figura 26 Notícia sobre a degradação do antigo Terminal do Campo 24 de Agosto (Nogueira & Silva (2024)	36
Figura 27 Primeira notícia sobre a insatisfação dos comerciantes no Mercado do Bolhão (Cunha & Nogueira, 2024)	37
Figura 28 Notícia final sobre a insatisfação dos comerciantes no Mercado do Bolhão (Cunha & Nogueira, 2024)	39
Figura 29 Charles Foster Kane, personagem interpretado por Orson Welles no filme Citizen Kane (Welles, 1941)	40
Figura 30 Louis Bloom, personagem interpretado por Jake Gyllenhaal no filme Nightcrawler (Gilroy, 2014)	42
Figura 31 The Vulture and the Little Girl (Carter, 1993).....	43
Figura 32 Notícia sobre a habitação de Maria Emilia (Cunha & Gomes, 2024).44	
Figura 33 Gale Weathers, interpretada por Courtney Cox no filme Scream (Craven, 1996)	45
Figura 34 Freddy Lounds, interpretado por Philip Seymour Hoffman no filme Red Dragon (Ratner, 2002)	45
Figura 35 Foto tirada por mim no evento da associação Bring Them Home no Museu dos Judeus no Porto	47

Figura 36 Howard Beale, interpretado por Peter Finch no filme The Network (1976).....	47
Figura 37 Exemplo de foto de um ato de vandalismo tirada por mim no dia 29 de janeiro	53
Figura 38 Exemplo de um fot de um cartaz com mensagens políticas tirada por mim no dia 29 de janeiro	54
Figura 39 Exemplo de uma foto de arquivo tirada por mim a ser utilizada numa publicação do Porto Canal	54
Figura 40 Foto tirada por mim, onde é possível ver que não existia agitação marítima significativa neste dia	55
Figura 41 Exemplo de uma imagem alusiva à agitação marítima tirada por mim no dia 16 de janeiro	55
Figura 42 Casal de turistas na Rua Sá Nobrega.....	56
Figura 43 Foto incluída no carrossel Janeiras arrancam sorrisos a idosos isolados em Amarante (2024).....	57
Figura 44 Foto tirada por mim de um idoso a assistir à atuação da Tuna da Universidade Senior de Amarante.....	58
Figura 45 Foto de um idoso e o seu cão a assistirem à atuação da Tuna da Universidade Senior de Amarante.....	58
Figura 46 Foto, tirada por mim, de um grupo de idosos a assistir à atuação da Tuna da Univesidade Senior de Amarante	59
Figura 47 Frame do vox pop filmado com os adeptos do F.C Porto antes do jogo com o Rio Ave.....	60
Figura 48 Frame da reportagem sobre a "Avó Lina"	61
Figura 49 Frame do reel sobre os adeptos do centro de dia de Asas de Ramalde	61
Figura 50 Frame da entrevista ao Héctor Herrera	62
Figura 51 Talking head do Ancieto Vieira	64
Figura 52 Talking head de Aquiles Barros, um dos responsáveis pelo Museu Neonia	65
Figura 53 Plano Conjunto na reportagem "O que é o Teqball? Do crescimento em Portugal ao sonho dos Jogos Olímpicos."	69
Figura 54 Vivo da reportagem "O que é o Teqball? Do crescimento em Portugal ao sonho dos Jogos Olímpicos."	69

Figura 55 Frame do plano pormenor do volante sugerido pelo jornalista Fábio Lopes.....	70
Figura 56 Plano pormenor do espelho do carro, sugerido pelo jornalista Fábio Lopes.....	70
Figura 57 Frame da panorâmica sugerida pelo jornalista Fábio Lopes	71
Figura 58 Frame da animação no início da reportagem	72
Figura 59 Frame de um exemplo de um plano de uma manchete de jornal sobre a morte da Gisberta.....	72
Figura 60 Frame de um plano filmado no junto ao Pão de Açúcar.....	73
Figura 61 Frame do talking head do Filipe Gaspar, um dos organizadores da Marcha do Orgulho do Porto.	73
Figura 62 Frame do travelling lateral no início da reportagem sobre o Palacete Pinto Leite	75
Figura 63 Frame do Travelling lateral filmado do interior do edifício para o exterior através do vidro localizado junto à porta	76
Figura 64 Frame do travelling frontal filmado do interior do palacete para o exterior através de uma janela	77
Figura 65 Frame do travelling frontal de António Moutinho Cardoso a entrar no edifício	77
Figura 66 Frame da utilização de uma fotografia de arquivo no reel sobre o Palacete Pinto Leite.....	77
Figura 67 Frame de um conteúdo televisivo do Porto Canal.....	80
Figura 68 Screenshot de uma publicação em formato reel no Instagram do Porto Canal.....	80
Figura 69 Exemplo de um split screen utilizado num reel publicado pelo Porto Canal.....	81
Figura 70 Talking head do conteúdo PSD vai governar em minoria. O que pensam os portugueses?	83
Figura 71 Talking head do reel PSD vai governar em minoria. O que pensam os portugueses?.....	83
Figura 72 Talking Head da Tia Nanda da Sé no reel "Não têm orelhas, mas será que os peixes ouvem".	85
Figura 73 Imagem onde é possível consultar os conteúdos que saíram por volta da altura do vox pop em questão	86

Figura 74	Frame da sequência inicial da peça sobre o influencer Numeiro	87
Figura 75	Frame da sequencia inicial da peça sobre o influencer Numeiro	88
Figura 76	Frame da aberturado falso direto com Alan Varela	91
Figura 77	Frame da porção de entrevista do falso direto com Alan Varela	91
Figura 78	Frame da porção de entrevista do falso direto com Alan Varela	92
Figura 79	Frame do fecho do falso direto com Alan Varela	92
Figura 80	Frame da rúbrica Bom Portuugês	93
Figura 81	Frame do programa Sera que Sabe? Falar à Norte.	93
Figura 82	Frame do filme Talking Heads (Kieslowski, 1980).....	94
Figura 83	Frame do vox pop PSD vai govrnar em minoria. O que pensam os portugueses? (2024)	96
Figura 84	Frame do vox pop PSD vai governar em minoria. O que pensam os portugueses? (2024)	96
Figura 85	Frame do vox pop PSD vai governar em minoria. O que pensam os portugueses? (2024)	97
Figura 86	Frame do vox pop PSD vai governar em minoria. O que pensam os portugueses? (2024)	97
Figura 87	Frame da reportagem Obras do Metrobus alteram a circulação automóvel junto à Casa da Música (2024)	99
Figura 88	Frame da Reportagem Obras do Metrobus alteram a circulação junto à Casa da Música (2024).	99
Figura 89	Frame da publicação Bragança acorda pintada de branco	100
Figura 90	Frame do talking head de Manuel Pimenta, proprietario da Livraria	102
Figura 91	Frame de um plano do exterior da Livraria.....	102
Figura 92	Frame de um plano do interior da Livraria.....	102
Figura 93	Frame do reel Uma viagem a bordo do Celta, o comboio que liga Porto e Galiza (2024)	104
Figura 94	Frame do reel Uma viagem a bordo do Celta, o comboio que liga Porto e Galiza (2024)	104
Figura 95	Frame do reel Uma viagem a bordo do Celta, o comboio que liga o Porto e Galiza (2024)	105
Figura 96	Frame do reel Uma viagem a bordo do Celta, o comboio que liga Porto e Galiza (2024)	105

Introdução

Este relatório tem como objetivo dar a conhecer o trabalho realizado durante o meu estágio curricular na empresa Porto Canal, assim como as aprendizagens e experiências que resultaram deste. Pretendo ainda refletir sobre a imagem e a montagem da componente audiovisual do jornalismo digital.

O Porto Canal é uma estação televisiva privada e generalista que, segundo o seu estatuto editorial, “tem por missão contribuir, através do esclarecimento da opinião pública e da partilha de informação, para a afirmação da identidade, da cultura e dos valores do país e das suas regiões” (Porto Canal, n.d.). O canal televisivo, atualmente gerido pela FC Porto Media e a Media Pro, possui dois estúdios: um localizado na Senhora da Hora em Matosinhos e outro localizado na Campanhã.

O meu estágio decorreu de dia 10 de janeiro a 12 de abril no departamento digital do Porto Canal. A equipa deste, coordenada por Pedro Bragança e João Gomes, desempenha as suas funções a partir dos estúdios da Senhora da Hora. Este departamento ocupa-se da publicação e criação de conteúdos digitais, maioritariamente de carácter jornalístico, para o site oficial da empresa e para a página de Instagram. Foi neste que desempenhei o cargo de repórter de imagem e montador. Exerci tarefas de captação de vídeo e fotografia, assim como a de montagem de peças jornalísticas.

Este relatório está estruturado em três capítulos. No primeiro irei relacionar as áreas do cinema e do jornalismo. Primeiramente, irei refletir e exemplificar os momentos em que o jornalismo marcou presença na história do cinema. De seguida, irá ser abordada a representação do jornalista neste meio. Essa representação servirá de premissa para tratar, com base na experiência obtida durante o estágio, a realidade do trabalho jornalístico

O segundo capítulo será dedicado à imagem. Que possibilidades é que o audiovisual trouxe ao jornalismo? Como esta é trabalhada? Quais são as suas características? São estas as questões que ocuparão esta parte do trabalho. Também neste capítulo falarei sobre a colaboração entre o jornalista e o repórter de imagem.

Por fim, o terceiro capítulo será sobre a montagem. Neste, será feita uma reflexão sobre as diferenças entre uma peça de jornalismo televisivo e uma peça de jornalismo digital. Falarei também sobre os diferentes formatos e narrativas do jornalismo digital trabalhados durante o estágio, e como estes condicionam o processo de montagem.

Capítulo 1: Cinema e Jornalismo: Uma aproximação

1.1 História do jornalismo no cinema

Sendo as temáticas deste documento a imagem e a montagem no jornalismo digital do ponto de vista de um estudante em cinema, creio que seja importante, numa primeira instância, refletir sobre o jornalismo e o cinema através do modo como as duas áreas se aproximaram ao longo das suas histórias.

O cinema é, de forma simplificada, a arte da imagem em movimento. Sem imagem em movimento, não há cinema. Tanto que a origem desta arte esteve dependente de recursos tecnológicos que permitissem a exibição de fotogramas de modo a provocar uma ilusão de movimento.

Cinema, or what was to become cinema, came into being as a result of the combination of the basic technologies of photography as developed in the 19th century (focusing lenses, light-sensitive emulsions) with a mechanical device to enable photographs of moving objects to be taken in quick succession and played back so as to create the illusion of themovement of those objects. (Nowell-Smith, 2017)

À semelhança da fotografia, o cinema é um media que seria impossível sem que as tecnologias específicas necessárias a esta arte tivessem sido inventadas. Para exemplificar este ponto Geoffrey Nowell-Smith, em *The History of Cinema*, dá o exemplo da Música. A música pode ser tocada através de instrumentos como “um violino ou um sintetizador”, mas pode igualmente ser produzida através da “voz humana”. Ou seja, “outras formas de arte podem utilizar tecnologia, mas o uso de tecnologia não faz parte da sua definição” (Nowell-Smith, 2027). O Jornalismo por oposição não está dependente de nenhuma forma de tecnologia específica.

Existe um consenso na literatura sobre o início da profissionalização do jornalismo, que ocorreu com o aparecimento da imprensa periódica no século XVIII (Oliver, 2010). Apesar da origem do jornalismo ter acontecido no formato escrito, graças à invenção da imprensa por Gutenberg no século XV, esta área não se encontra restringida a formatos escritos. Vemos que, com o aparecimento de novas tecnologias, o jornalismo encontrou maneiras de se adaptar e difundir notícias através dos novos meios: rádio (jornalismo

radiofónico), fotografia (fotojornalismo), televisão (jornalismo televisivo) ou internet (jornalismo digital).

No caso específico do cinema, com o surgimento das tecnologias que permitiram o seu aparecimento e com as estruturas que permitiram a sua exibição, o jornalismo teve, a partir do final do século XIX, a possibilidade de difundir notícias com recurso à imagem em movimento. A este tipo de jornalismo, deu-se o nome de Cinejornal.

O primeiro contacto do jornalismo com o cinema aconteceu, segundo Raymond Fielding (1973), logo na génese deste meio, através das chamadas atualidades.

“...even before the news film, there were “actualities”: short scenes of everyday people and events – unmanipulated activity of more less general interest. It is the humble actuality that begins not only the history of the newsreel but also the history of all motion pictures”. (p.4)

Exemplos deste cinema de atualidades são os filmes dos irmãos Lumière *La Sortie de l'Usine Lumière à Lyon* (1895) (Figura 1) e *Les Forgerons*(1895) (Figura 2). As atualidades eram filmes de cerca de 1 minuto que pretendiam documentar cenas do quotidiano. Em termos fílmicos eram bastante simples, consistindo num único plano de conjunto fixo.



Figura 1 Fotograma do filme *La Sortie de l'Usine Lumière à Lyon* (Lumière, 1895)



Figura 2 Fotograma do filme *Les Forgerons* (Lumière, 1895)

Às atualidades sucederam os *news films*. Este género terá começado, segundo Fielding (1973), com *Le débarquement du congrès de photographie à Lyon* (Lumière, 1895), como se pode ver na figura 3. Ao invés de captar cenas do quotidiano, este filme documenta um evento da atualidade, neste caso, a chegada do congresso francês do sindicato dos fotógrafos a Lyon. Outro exemplo deste tipo de produções é a cobertura do terramoto e incêndio de São Francisco em 1906 por Robert K. Bonine (Figura 4).



Figura 3 Fotograma do filme *Le débarquement du congrès de photographie à Lyon* (Lumière, 1895)



Figura 4 Fotograma do filme *Earthquake Ruins, New Majestic Theatre and City Hall*

Já em 1909, surgiu em França o primeiro cinejornal. A ideia é creditada a Leon Franconi que nesse ano introduziu uma exibição semanal de filmes noticiosos, o chamado *Pathé Journal*, sendo que a exibição destes noticiários foi se espalhando progressivamente pelo mundo (Fielding, 1973).

No texto “Public Forum of the Screen: Modernity, Mobility, and Debate at the Newsreel Cinema” (2015) de Joshep Clark, o autor conta que o ambiente vivido nestas salas de cinema contrasta fortemente o papel passivo do espectador de cinema de ficção. As projeções destes filmes suscitavam reações bastante agitadas por parte do público, pois as pessoas presentes na sala aplaudiam e apupavam os protagonistas das notícias. Estes espaços serviam para o publico debater assuntos da atualidade e estas reações eram utilizadas pelos jornalistas, que começaram a observar estas sessões, para tentarem perceber a perceção da sociedade face a determinados protagonistas políticos e assuntos mediáticos (Clark, X). Os cinejornais chegaram ao fim em 1967, quando os últimos espaços detidos pela Universal encerraram devido à procura cada vez menor dos espectadores deste tipo de cinema (Fielding, 1973).

O cinema de ficção chegou a incorporar a linguagem fílmica do cinejornal, sendo um dos exemplos mais notáveis deste procedimento a inclusão de um falso *newsreel*, denominado *News on the March* (Figura 5), no filme *Citizen Kane* (Orson Welles, 1941). De modo a evidenciar esta aproximação, em termos de linguagem, irei utilizar como comparação o filme *Inside Nazi Germany* (Glenn, 1938) produzido pela *The March of Time* (Figura 6).



Figura 5 Falso newsreel *News on the March* no filme *Citizen Kane* (Welles, 1941)



Figura 6 Fotograma do newsreel *The March of Time* do filme *Inside Nazi Germany* (Glenn, 1938)

Podemos ver através da narrativa e da forma destes filmes que existem semelhanças que nos permitem identificar aspetos estruturais e estéticos do cinejornal. No clássico de Welles. Ambos iniciam com o título do cinejornal, no caso de *Citizen Kane*, o cinejornal fictício *News on the March*.

A construção do filme *Inside Nazi Germany* é feita através de uma combinação de imagens de arquivo com imagens atuais recolhidas para o filme, sendo possível constatar que *Citizen Kane* replica este efeito, como se nota nas figuras 7 e 8.

Em termos sonoros, escutamos uma narração bastante similar à do jornalismo televisivo dos dias de hoje. Há a sensação de que a componente sonora se sobrepõe à componente visual, sem a qual seria ininteligível o conteúdo da notícia, sendo ela que estabelece e desenvolve a narrativa do filme.



Figura 7 Exemplo de falsa imagem de arquivo no filme *Citizen Kane*



Figura 8 Exemplo de imagem de arquivo utilizada no filme *Inside Nazi Germany*

Além das informações oferecidas pela narração, os filmes recorrem a separadores de texto (Figura 9 e 10) para oferecer ao espectador mais dados sobre a notícia ou para incluir citações relevantes ao tema da notícia.

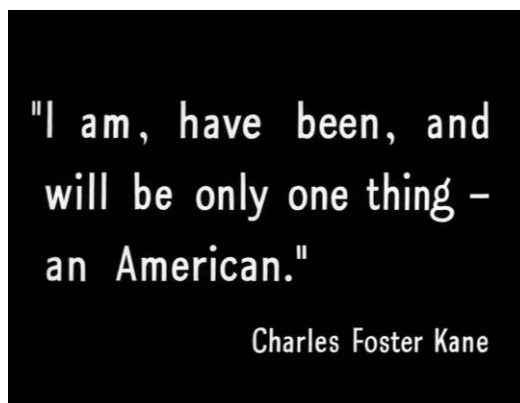


Figura 9 Exemplo do uso de grafismos para incluir citações em *Citizen Kane*

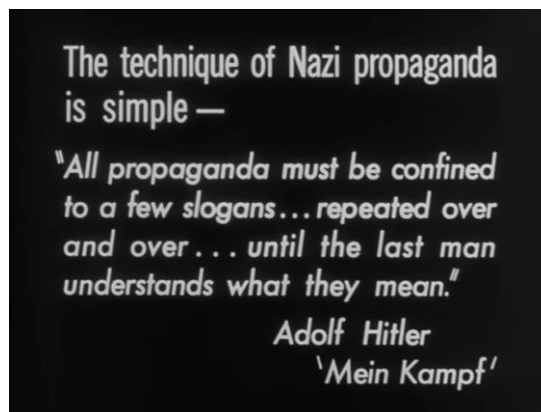


Figura 10 Exemplo do uso de grafismos para incluir citações em *Inside Nazi Germany*

Um motivo repetido ao longo do filme é o recurso a planos de manchetes de jornais (Figura 13) e gráficos de mapas (Figura 14) para contextualizar informativamente o espectador, algo que é replicado no filme de Orson Welles (figuras 11 e 12).



Figura 11 Exemplo do uso de um plano de manchete de jornal no filme Citizen Kane



Figura 12 Exemplo do uso de um plano de um gráfico de mapa no filme Citizen Kane

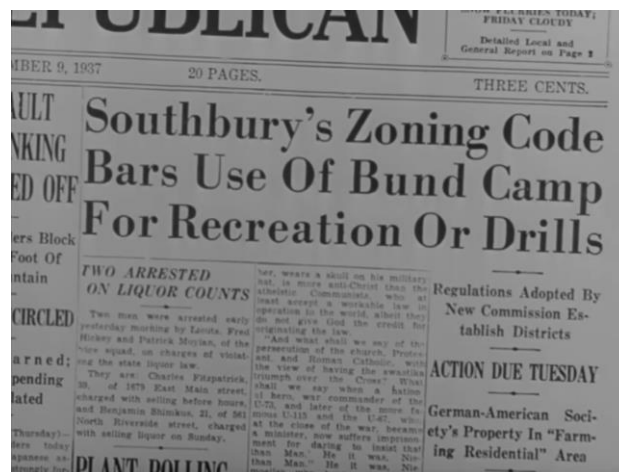


Figura 13 Exemplo do uso de um plano de manchete de jornal no filme Inside Nazi Germany



Figura 14 Exemplo do uso de um grafico de mapa no filme *Inside Nazi Germany*

Tendo em conta estes aspetos da linguagem fílmica dos cinejornais, podemos ver que, apesar de usualmente se considerar que o cinejornal desapareceu na década de sessenta, ainda existem, na atualidade, cineastas que utilizam um estilo remanescente do cinejornal, de que é exemplo o filme *Fahrenheit 9/11* (2004) realizado por Michael Moore.

À semelhança do filme *Inside Nazi Germany*, *Fahrenheit 9/11* é constituído por um híbrido de imagens de arquivo e imagens captadas para o filme, e a obra é guiada por uma narração do próprio Michael Moore que ocupa quase a totalidade do filme.

Por outro lado, o filme utiliza grafismos e mapas para contextualizar o espectador (Figura 15) (Figura 16), que lembram os separadores usados no filme de Jack Glenn. O filme recorre também à utilização de machetes de jornais impressos (Figura 17) e digitais (Figura 19), assim como à utilização de imagem de arquivo do jornalismo televisivo (Figura 18).



Figura 15 Exemplo de recurso a grafismos para introduzir informações no filme *Fahrenheit 9/11* (Moore, 2004)



Figura 16 Exemplo do uso de um grafico de mapa no filme Fahrenheit 9/11



Figura 17 Exemplo do uso de um plano de uma manchete de jornal no filme Fahrenheit 9/11



Figura 18 Exemplo de imagem de arquivo de jornalismo televisivo utilizada no filme Fahrenheit 9/11



Figura 19 Exemplo do uso de uma manchete de jornalismo digital no filme Fahrenheit 9/11

Com o desaparecimento do cinejornal, o jornalismo deixa de ter lugar em sala de cinema. O jornalismo audiovisual passa a ser praticado em contexto televisivo, primeiro, e digital, depois. À semelhança do que acontece em *Citizen Kane* com o cinejornal, é comum o cinema de ficção conter segmentos que utilizam a linguagem audiovisual do jornalismo televisivo.

Esta prática é um motivo recorrente em filmes de catástrofe, como é o caso de *The Night of the Living Dead* (Romero, 1968), *[REC]* (Balgueró & Plaza, 2007), *2012* (Emmerich, 2009), e *World War Z* (Foster, 2013)



Figura 20 Exemplo do uso da linguagem audiovisual do jornalismo televisivo no filme 2012 (Emmerich, 2009)

Em *2012*, recorre-se a esta sequência de uma reportagem sobre um terramoto (Figura 20), não para contextualizar o espectador (porque vemos o acontecimento a desenrolar na cena anterior), mas como um dispositivo narrativo com o propósito de os personagens terem conhecimento deste evento.

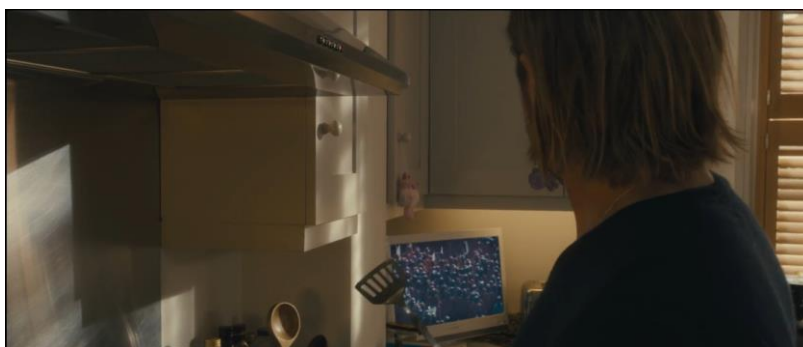


Figura 21 Exemplo do uso da linguagem audiovisual do jornalismo televisivo no filme World War Z (Foster, 2013)

Em *World War Z* (Figura 21), temos o efeito oposto. Nesta cena temos um telejornal que noticia os desenvolvimentos de uma pandemia que afeta o mundo. A família está à volta da mesa a ter conversas casuais enquanto toma o

pequeno-almoço. Este comportamento sugere que a existência desta doença faz parte do cotidiano dos personagens neste universo. As informações transmitidas na televisão audíveis nos diálogos dos personagens servem para contextualizar o espectador sobre a doença que esta a assolar o mundo.



Figura 22 Exemplo do uso da linguagem audiovisual do jornalismo televisivo no filme *The Return of the Living Dead*

No filme *The Night of the Living Dead*, assistimos, através do uso do plano subjetivo, a uma combinação das duas situações anteriores, em que a cena serve para que os personagens obtenham novas informações sobre o estranho fenómeno zombie. O dispositivo serve para que a narrativa possa ser desenvolvida e para, simultaneamente, contextualizar o espectador sobre o que esta a acontecer e sobre as origens deste vírus (Figura 22).

Em *[REC]* (Balagueró & Plaza,P), 2007), este filme, do género *found footage*, desenrola-se do ponto de vista da câmara do repórter de imagem Manu. Em termos de fotografia, o filme é composto por planos-sequência longos. Vemos também a dupla de jornalistas Manu e Angela a filmar vivos (Figura 23) e entrevistas (Figura 24).



Figura 23 Utilização da linguagem audiovisual do jornalismo televisivo no filme *[Rec]* na simulação de gravação de um vivo



Figura 24 Utilização da linguagem audiovisual do jornalismo televisivo no filme [Rec] na simulação na gravação de uma entrevista

Esta aproximação histórica evidencia como o Jornalismo fez e continua a fazer parte da história do Cinema. Apesar do Jornalismo ter sido iniciado no formato escrito, esta área expandiu-se para outros meios, incluído o Cinema, com o chamado Cinejornal.

Com o cinema de atualidades como precursor, o primeiro Cinejornal surge em 1909 em França, com o *Pathé Journal*, uma tendência que foi progressivamente espalhada pelo mundo. As projeções destes filmes suscitavam reações bastante agitadas por parte do público, pois as pessoas presentes na sala aplaudiam e apupavam os protagonistas das notícias. Os cinejornais chegaram ao fim em 1967, quando os últimos espaços detidos pela Universal encerraram devido à procura cada vez menor dos espectadores deste tipo de cinema.

Através da análise do cinejornal *Inside Nazi Germany* (Glenn, 1938) e a cinejornal fictício *News on the March* do filme *Citizen Kane* (Welles, 1941), podemos ver que o cinema de ficção procurou incorporar a linguagem audiovisual do Cinejornal. Está é marcada pelo uso de narração, imagens de arquivo, planos de manchetes de jornais, separadores de texto e gráficos de mapas.

Apesar de usualmente se considerar que o cinejornal desapareceu na década de sessenta, ainda existem, na atualidade, cineastas que utilizam um estilo remanescente do cinejornal, de que é exemplo o filme *Fahrenheit 9/11* (2004) realizado por Michael Moore.

À semelhança do que acontece em *Citizen Kane* com o cinejornal, é comum o cinema de ficção conter segmentos que utilizam a linguagem audiovisual do jornalismo televisivo. Esta prática é um motivo recorrente em filmes de catástrofe, como é o caso de *The Night of the Living Dead* (Romero,

1968), *[REC]* (Balgueró & Plaza, 2007), *2012* (Emmerich, 2009), e *World War Z* (Foster, 2013).

1.2 Representação do Jornalista no Cinema

O jornalista é um personagem recorrente no cinema de ficção, sendo uma profissão que tem vindo a ser representada em filmes dos mais variados géneros, desde comédias românticas, como *Confessions of a Shopaholic* (Hogan, 2009) e *Marley & Me* (Frankel, 2008), ao cinema de terror com filmes como *Dawn of the Dead* (Romero, 1978) e *[REC]* (Balagueró & Plaza). O jornalista tem sido herói, como Dutton Peabody em *The Man Who Shot Liberty Wallece* (Ford, 1962), vilão (Louis Bloom em *Nightcrawler* [2014]) e anti-herói, como é o caso de Gale Weathers em *Scream* (Craven, 1996). Umas vezes é inspirado por banda desenhada, como Clark Kent em *Superman* (Donner, 1978), outras por jornalistas reais, como é o caso de *The Bang Bang Club* (Silver, 2010).

Proponho-me, neste capítulo, decifrar padrões comuns de representação do jornalista para abordar a realidade da profissão, assim como interligar essas representações com a minha própria experiência de estágio. Proponho-me, neste capítulo, a utilizar padrões comuns de representação do jornalista para abordar a realidade da profissão assim como interligar essas representações para expor aprendizagens, experiências e desafios do meu estágio.

Brian McNair, no seu livro *Journalists in film: Heroes and Villains* (2010), fala sobre uma dupla posição, por parte do cinema, quanto ao jornalismo. Uma que reconhece a importância da função do jornalista no contexto de uma sociedade democrática e outra que, na opinião do autor, representa o jornalista com base em estereótipos e caricaturas “cruéis”, sendo esta aplicada a jornalistas de tabloide que praticam um jornalismo sensacionalista e voyeurista.

Como sabemos, quando se fala sobre a importância do jornalismo, é muitas vezes mencionado o quarto poder. Este conceito coloca a imprensa como um contrapoder face aos três poderes constitucionais (executivo, legislativo e judiciário). Como quarto poder, o jornalismo, de forma simplificada, tem o papel de promover um controlo externo do governo em nome do interesse dos cidadãos” (Albuquerque, 2009).

Este termo teve a sua origem no pensamento político inglês do século XIX. Em 1866, o escritor Thomas Calyle escreve o seguinte sobre o Quarto Poder:

Burke disse que há Três Estados no Parlamento, mas lá longe, na Galeria dos Repórteres, senta-se um Quarto Estado [Fourth Estate] muito mais importante do que todos eles. Não se trata de uma figura de linguagem ou de um dito espirituoso; trata-se de um fato literal (...). A impressão que se segue à escrita, eu sempre digo, é equivalente à democracia. Todo aquele pode falar, falando agora para toda a nação, se torna um poder, um ramo do governo, com um peso inalienável na feitura das leis, em todos os atos de autoridade. Não importa mais qual a sua graduação ele tem, que rendimentos ou galhardões: o requisito fundamental é que ele tenha uma língua que os outros ouvirão; isto e mais nada é o requisito. (p.146)

Uma representação fílmica de um jornalista que coloca ênfase na sua função enquanto Quarto Poder é a do personagem Dutton Peabody interpretado por Emond O'Brien (figura 25), do *western* de John Ford, *The Man Who Shot Liberty Valence* (1962). Embora longe de uma representação totalmente virtuosa (vemos o personagem a prometer fama e glória em troca de pequenos favores), Peabody demonstra a importância que a imprensa tem para o bom funcionamento da democracia. É Dutton Peabody que informa os eleitores no seu jornal dos crimes de Liberty Valence e dos criadores de gado, e por causa disso sofre retaliações de Valence e do seu gangue.



Figura 25 Dutton Peabody, personagem interpretado por Emond O'Brien, no filme The Man Who Shot Liberty Valence

Durante o meu estágio desenvolvi trabalhos que creio que representem a essência daquilo que deve ser a função do jornalista enquanto quarto poder. Destaco no âmbito deste relatório, dois casos: *Antigo Terminal do Campo 24 de Agosto abandonado e ocupado por sem-abrigo* (Nogueira & Silva, 2024); e a A

“aldeia” do Bolhão é agora uma cidade – reportagem no Mercado (Cunha & Nogueira, 2024).

A reportagem sobre a degradação do antigo terminal rodoviário do Campo 24 de Agosto ocorreu no meu segundo dia de estágio (11 de janeiro) e fui acompanhado pelo jornalista João Nogueira.

O terminal rodoviário do Campo 24 de Agosto havia sido abandonado devido à abertura do Terminal Intermodal de Campanhã. Antes da reportagem realizada por nós, não se tinha conhecimento de planos de requalificação do espaço, nem o seu atual estado.

Ao chegar ao local, apercebemo-nos de que este havia sido ocupado por sem-abrigo. Consegui tirar algumas fotografias para além das barreiras que impediam a entrada no edifício antes de sermos interrompidos por alguém que assumimos ser um segurança. Após termos abandonado o local, procuramos contactar António Castro Henriques, responsável da Ciagest (empresa proprietária do edifício). Algo que se demonstrou não ser tarefa fácil. Falamos com vários seguranças e, após bastante persistência do jornalista, conseguimos encontrar o proprietário e obter as seguintes informações exclusivas: que haveria supostamente um processo de negociações para viabilizar um novo projeto naquele espaço e que chegou a haver interesse, por parte da câmara do Porto, em instalar a Polícia Municipal naquele local.



Antigo Terminal do Campo 24 de Agosto abandonado e ocupado por sem-abrigo



Hélder Silva

15-01-2024 07:55 |
Porto
João Nogueira

Figura 26 Notícia sobre a degradação do antigo Terminal do Campo 24 de Agosto (Nogueira & Silva (2024)

No outro caso, a situação dos comerciantes do Mercado do Bolhão foi uma das mais complexas e exigentes do meu estágio. Filmei ao todo quatro peças noticiosas sobre a situação vivida pelos comerciantes neste local, sendo que duas nunca foram publicadas.

A primeira ida ao Mercado do Bolhão foi motivada por uma afirmação do presidente da Câmara Municipal do Porto, Rui Moreira, numa reunião de câmara, em que este afirma que há, por parte dos comerciantes, uma “elevadíssima satisfação” (Cunha & Nogueira, 2024).

A asserção de Moreira parecia não ser compatível com os problemas elencados pelo Bloco de Esquerda na reunião de câmara, com os problemas indicados pela associação Bolha de Água e com a recente vaga de assaltos que afetou as lojas do exterior do Bolhão.

A primeira reportagem, que contou com a jornalista Catarina Cunha (e declarações da reunião de câmara recolhidas por João Nogueira), teve como objetivo tentar compreender o nível de satisfação dos comerciantes do Mercado do Bolhão. As repostas que obtivemos foram tendencialmente negativas (Cunha & Nogueira, 2024).

Os comerciantes acusavam problemas logísticos, mas acima de tudo reclamavam contra um fenómeno de descaracterização, pois os clientes do Bolhão são quase na sua totalidade turistas. Para além de terem saudades da “alma do antigo Bolhão”, alguns comerciantes sentem que os seus negócios estão a ser prejudicados pela abordagem mais turística.



Figura 27 Primeira notícia sobre a insatisfação dos comerciantes no Mercado do Bolhão (Cunha & Nogueira, 2024)

A Go Porto, entidade gestora do espaço, por não se encontrar satisfeita, evocou o seu direito de resposta no dia 1 de março. Foi nesse dia que filmei a segunda reportagem. Dirigimo-nos (eu e a jornalista Catarina Cunha) de novo ao Bolhão, onde entrevistamos a vice-presidente da associação, Cátia Meirinhos. De seguida, guiaram-nos e pediram-nos que entrevistássemos comerciantes que iam sendo escolhidos a dedo. Esta segunda peça não chegou a ser editada, devido à natureza do processo de seleção de entrevistas e ao discurso excessiva e suspeitosamente otimista dos entrevistados.

Após a filmagem da segunda peça e a uma nova vaga de assaltos nas lojas localizadas no exterior do Mercado do Bolhão, Pedro Bragança designou-me a mim e ao jornalista João Nogueira para fazermos uma reportagem “a fundo”, onde teríamos que tentar entrevistar o máximo de pessoas possíveis.

Cinco de março foi a data da minha terceira e última ida ao mercado. Cheguei aos estúdios do Porto Canal às nove horas da manhã, peguei na mochila com o material que tinha preparado no dia anterior e num tripé. De seguida apanhei o metro e dirigi-me ao Bolhão.

Como acabei por chegar mais cedo que o jornalista que me ia acompanhar, decidi começar a fazer alguns planos do interior do mercado. Para minha surpresa, quando montei o tripé, fui imediatamente abordado por dois seguranças que me perguntaram quem eu era. Disse-lhes que era do Porto Canal. Nesse momento chegou João Nogueira.

Após estes terem confirmado que tínhamos autorização para filmar, o João pediu-me para que desmontasse o material. O objetivo naquele dia seria passarmos despercebidos.

Chegamos a ser abordados novamente por uma funcionaria da Go Porto, que disse que nos vinha acompanhar. O João pediu para que esta não o fizesse, pois temia que a sua presença pudesse influenciar as declarações dadas pelos comerciantes.

Acabamos por conseguir bastantes testemunhos de comerciantes e clientes. As opiniões foram essencialmente as mesmas das da primeira reportagem. Acredito que a questão da descaracterização ficou ainda mais assente nesta, pois tivemos um turista espanhol que admitiu que o Bolhão é “demasiado turístico” e que lhe faltava “sabor local” (Cunha & Nogueira, 2024).

Devido à quantidade de material recolhido desta terceira ida, acabamos por separar o conteúdo em duas partes: uma primeira parte dedicada aos comerciantes do interior que se focava na descaracterização (Porto Canal, 2024) e uma segunda parte com os comerciantes do exterior, focada no clima de insegurança. A segunda reportagem não foi publicada até à data da escrita deste documento.



Figura 28 Notícia final sobre a insatisfação dos comerciantes no Mercado do Bolhão (Cunha & Nogueira, 2024)

No Porto Canal ouvi várias histórias de jornalistas em que a sua segurança pessoal foi posta em risco para noticiar algo, com histórias de jornalistas que foram perseguidos, agredidos e ameaçados (com assédio jurídico ou violência física).

Apesar destas situações, ao contrário do jornalista de *The Man Who Shot Liberty Vengeance*, nunca foi intimidado fisicamente por desempenhar o meu trabalho. Embora não tenha passado por isto, ouvi, de vários jornalistas do Porto Canal, relatos de agressão e intimidação psicológica.

Uma situação que posso partilhar neste documento (devido ao facto de ter sido um caso público e da agressão ter sido documentada) aconteceu a uma jornalista e a um repórter de imagem do Porto Canal. Enquanto estes acompanhavam uma manifestação de trabalhadores que haviam sido despedidos em São João da Madeira, um dos empresários dirigiu-se ao repórter de imagem e agrediu-o. As agressões, que foram travadas pelos manifestantes,

foram documentadas pelo repórter de imagem e o vídeo acabou por gerar uma onda de solidariedade para com a equipa (*As imagens da agressão a jornalistas do Porto Canal*, 2024).

Voltando ao cinema, uma representação de jornalismo que contrasta fortemente com a de *The Man Who Shot Liberty Vengeance* acontece naquele que o American Film Institute considerou como o melhor filme alguma vez feito, *Citizen Kane* (Welles, 1941).

O personagem Charles Foster Kane (Figura 29), interpretado pelo próprio Orson Welles, instrumentaliza, abusando do seu estatuto de proprietário de um jornal, a imprensa. Fabrica através do jornal do qual é detentor (o *Inquirer*), publicações em seu favor e utiliza o seu jornal para derrubar políticos.



Figura 29 Charles Foster Kane, personagem interpretado por Orson Welles no filme *Citizen Kane* (Welles, 1941)

A utilização dos media para manipular a opinião pública de modo a favorecer os interesses dos seus proprietários, em sociedades democráticas, é recorrente. Um dos trabalhos mais relevantes sobre o tema é o livro de Edward S. Herman e Noam Chomsky, *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media* (1988). Os autores argumentam a existência de um “modelo de propaganda” nos *mass media*:

...we have spelled out and applied a propaganda model that indeed sees the media as serving a "societal purpose," but not that of enabling the public to assert meaningful control over the political process by providing them with the information needed for the intelligent discharge of political responsibilities. On the

contrary, a propaganda model suggests that the "societal purpose" of the media is to inculcate and defend the economic, social, and political agenda of privileged groups that dominate the domestic society and the state. The media serve this purpose in many ways: through selection of topics, distribution of concerns, framing of issues, filtering of information, emphasis and tone, and by keeping debate within the bounds of acceptable premises. (p.298)

No caso da minha entidade acolhedora, sendo ela propriedade do Futebol Clube do Porto, é muitas vezes acusada de ser tendenciosa e pouco objetiva. Estas acusações surgem a partir do facto de o Porto Canal pertencer ao clube, e como se trata de um canal generalista, possuí vários programas de entretenimento dedicados à Futebol Clube do Porto.

No entanto, posso dizer que no que toca ao trabalho desenvolvido por mim, que existe uma separação clara entre o conteúdo jornalístico e o conteúdo de entretenimento desenvolvido para o Futebol Clube do Porto (FCP). Não existiu de todo uma tentativa de fazer passar essas publicações como conteúdo informativo.

Embora grande parte do trabalho do departamento digital seja jornalismo, o Porto Canal é um canal generalista, e este departamento é apenas uma extensão digital da estação televisiva.

O conteúdo relacionado com o Futebol Clube do Porto distingue-se do conteúdo informativo pela presença de um registo mais informal (próprio dos conteúdos de entretenimento). Estas publicações são feitas em parceria com o clube para facilitar a sua identificação.

Para além das críticas de interferência do FCP na informação, é possível ver, através dos comentários de Instagram a alguns conteúdos que ajudei a desenvolver, que alguns internautas acreditam que há tendencialismo político na realização dos *vox pops*.

Uma destas situações aconteceu quando eu e a jornalista Catarina Cunha nos dirigimos até à Trindade, onde realizámos um *vox pop* com o objetivo de tentar perceber o que os portuenses achavam do aumento de casos de sarampo a nível nacional (Cunha, 2024).

Quando o vídeo foi publicado, grande parte dos comentários acusavam-nos de espalhar o medo com o objetivo de convencer as pessoas a tomarem

vacinas. Acusavam-nos também de estar a esconder uma suposta verdade sobre a origem do sarampo.

Eles insinuavam que existia tendencialismo no que diz respeito à escolha dos entrevistados. Alguns internautas falam de uma conspiração que eu e os jornalistas que me acompanharam orquestramos para não escolher pessoas com opiniões mais disruptivas. A verdade é que o processo de seleção é completamente aleatório e que, talvez, a razão de essas opiniões não serem tão prevalentes nos *vox pop's* se deva ao facto dessas opiniões não serem tão prevalentes na sociedade em geral.

De regresso aos filmes, podemos constatar que uma representação que prevalece bastante no cinema é a do jornalista sensacionalista, muitas vezes associado à cobertura de crimes ou acidentes. Temos como exemplos destes personagens: Louis Bloom em *Nightcrawler* (Gilroy, 2014), Freddy Lounds em *Red Dragon* (Ratner, 2002) e Gale Weathers em *Scream* (Craven, 1996).

Em *Nightcrawler*, o personagem interpretado por Jake Gyllenhaal (figura 30) ganha fama e fortuna como repórter de imagem ao captar imagens extremamente gráficas de acidentes e de atividade criminal. O personagem ao longo do filme vai-se envolvendo progressivamente no mundo do crime, chegando a instigar incidentes de violência de modo a conseguir imagens cada vez mais violentas.

Num dos momentos mais marcantes, Louis Bloom filma a morte do seu colega. Embora este momento seja bastante exagerado quando consideramos a realidade da profissão de repórter de imagem, a verdade é que existem casos em que a ética dos profissionais deste ofício foi questionada.



Figura 30 Louis Bloom, personagem interpretado por Jake Gyllenhaal no filme *Nightcrawler* (Gilroy, 2014)

Um dos exemplos mais mediáticos envolveu o fotojornalista Kevin Carter e a sua foto (figura 31) vencedora de um premio Pulitzer, *The Vulture and the*

Little Girl (1993). Este caso, que chegou a ter adaptação cinematográfica no filme ficcional *The Bang Bang Club* (Silver, 2010), levanta questões éticas sobre os limites da documentação, dignidade humana e responsabilidade social.

Nightcrawler e *The Vulture and the Little Girl* permitem-nos refletir sobre o papel passivo que o repórter de imagem e o fotojornalista devam assumir, um papel restringido à observação e documentação do que está a acontecer.



Figura 31 *The Vulture and the Little Girl* (Carter, 1993)

Embora ambos sejam casos extremos com os quais não me consigo identificar num nível tão acentuado na minha experiência de estágio, posso dizer que houve situações em que me senti frustrado por desempenhar este papel. Quer seja no caso da história dos sem-abrigo no Campo 24 de Agosto mencionada anteriormente, quer seja pela situação de Maria Emília, de que falarei de seguida.

Maria Emília, de 74 anos, é uma residente de um apartamento camarário no Bairro da Giesta, em Valbom. A sua habitação está em condições muito degradantes, existem infiltrações e humidade extrema. Maria mora com o seu marido Robert, de 75 anos, que foi diagnosticado com demência “e a quem os médicos atribuíram uma incapacidade na ordem dos 70%” (Cunha & Gomes, 2024).

Desloquei-me com a jornalista Catarina Cunha a 1 de fevereiro à casa da senhora. O dia foi marcado por problemas técnicos com um dos kits de áudio que eventualmente teve de ser substituído. O conteúdo que filmei nesse dia acabou por não ser utilizado devido a estes e foi refeito com fotografias da jornalista Ana Francisca Gomes.

Para além das dificuldades técnicas enfrentadas nesse dia, confesso ter sido muito difícil para mim ver as condições em que o casal vivia. Após ter sido filmada uma entrevista com a Maria Emília, tirei algumas fotos dela com a humidade como fundo. Durante estas, Maria mostrou-se emocionalmente bastante perturbada, tendo começado a chorar.

Ao contrário do que se possa pensar, a componente mais desafiadora destas reportagens não acontece durante a documentação, acontece depois. Ao abandonar a casa de Maria Emília e do marido é inevitável não pensar no que lhes iria acontecer. Durante cerca de uma hora estive em casa deles e ficarei a pensar sempre no que será deles depois. A visão daquela senhora a chorar através do visor da câmara é algo que dificilmente irei esquecer.



Figura 32 Notícia sobre a habitação de Maria Emília (Cunha & Gomes, 2024)

No caso de Gale Weathers em *Scream* (1996, figura 33) e Freddy Lounds em *Red Dragon* (2002, figura 34), ambos são jornalistas de tabloides que divulgam detalhes sórdidos sobre crimes violentos que acabam por se aproximar demasiado das situações, tendo confrontos com os criminosos. O personagem de *Red Dragon* acaba por ser um exemplo daquilo que McNair considera ser o desejo do cinema em projetar “fantasias de vingança anti

tabloide” (2004), tendo em conta que Freddy Lounds acaba brutalmente mutilado por se ter aproximado demasiado do assassino.

Se é verdade que existe por parte do cinema um desejo de ver o jornalista de tabloide a ser punido, Gale Weathers de *Scream* é uma das exceções. Weathers, apesar de estar associada a todos os estereótipos de jornalismo de tabloide, é apresentada como uma heroína, que no final do filme salva o dia.



Figura 33 Gale Weathers, interpretada por Courtney Cox no filme Scream (Craven, 1996)



Figura 34 Freddy Lounds, interpretado por Philip Seymour Hoffman no filme Red Dragon (Ratner, 2002)

Um dos argumentos contra este tipo de jornalismo pode ser encontrado na Teoria do Cultivo de George Gebner (1998). De forma resumida, esta teoria sugere que a exposição de um público a um tipo de media acaba por influenciar a maneira como este vê o mundo. Um estudo realizado por este autor conclui que os espectadores que mais consomem conteúdo violento acabam por ter uma maior perceção de violência e um maior sentimento de insegurança.

Apesar dos personagens dos filmes mencionados anteriormente, a crítica ao jornalismo sensacionalista precede a invenção do jornalismo audiovisual. Um destes exemplos é um texto denominado O repórter, besta de carga do jornal (2006), onde o escritor Fialho de Almeida descreve os jornalistas

portugueses como “tipos frustrados que se quiseram eximir às profissões francamente laborosas” e como sujeitos que não excedem “um nível de cultura abaixo do mediano” (p. 139). Diz o autor:

...ao repórter nem já a simpleza rude da parte policial basta ao furor de novidades que o escanzela. Quer mais teatral, quer mais típico, e julgar-se-ia desonrado não tirando dessa pobre narração de rua, um grande drama em três colunas cortadas de exageros e falsidades. (p.140)

Posso dizer que a minha entidade acolhedora possui uma linha editorial que é completamente oposta a este tipo de jornalismo. O Porto Canal, por ser uma estação com uma programação dedicada ao desporto (pela sua associação ao Futebol Clube do Porto) e à atividade cultural na cidade do Porto e na região Norte, acaba por não dar espaço a esse tipo de conteúdo.

No meu departamento cheguei a testemunhar um processo completamente diferente das: imagens de acidentes com detalhes violentos não eram publicadas e detalhes mais gráficos destes não eram mencionados nas notícias.

Não cheguei a realizar nenhum trabalho sobre um crime de sangue durante o meu estágio, por isso, posso dizer que o que é representado por estas personagens não corresponde à minha experiência.

No entanto, apesar de nunca ter trabalhado estas situações, a verdade é que os profissionais desta área convivem com situações de violência diariamente. Todos os dias acontecem incidentes de violência (que chegam aos media de forma explícita).

O meu maior contacto com esse mundo, aconteceu no dia 15 de janeiro, quando me desloquei, com o jornalista Francisco Graça, a um evento organizado pela associação *Bring Them Home*, no Museu dos Judeus.

O evento tinha como objetivo sensibilizar os media para os objetivos desta causa. A *Bring Them Home* é um movimento que procura através do ativismo apelar à libertação dos reféns israelitas raptados pelo Hamas no dia 7 de outubro de 2023.

Nesse evento, foi-nos mostrado um filme que compilava momentos extremamente gráficos do ataque do 7 de outubro. O seu conteúdo consistia em vídeos de assassinatos e mutilação de cadáveres por parte do Hamas. Foi uma experiência bastante perturbadora.



Figura 35 Foto tirada por mim no evento da associação Bring Them Home no Museu dos Judeus no Porto

Outro tipo de sensacionalismo, acontece no filme *Network*. O filme leva ao extremo o conceito de *Infortaiment*, que consiste num “estilo de comunicação que mistura materiais informativos (...) com formatos e técnicas de representação/narrativa originalmente desenvolvidos e utilizados em géneros centrados no entretenimento” (Marinove & Saurette , 2023).

Vemos que neste filme, em prol das audiências, uma estação televisiva está disposta a ter um bloco informativo apresentado por um pivô psicótico, Howard Beale (Figura 36), que atrai o público com os seus discursos apocalípticos, e até mesmo por uma vidente.

Embora a mistura entre informação e entretenimento seja um problema alarmante, existe em Portugal regulação pela Entidade Reguladora da Comunicação (ERC) e um código deontológico do jornalista (1993) que impedem que situações como as representadas no filme aconteçam.

A primeira alínea do código deontológico do jornalista obriga os profissionais desta área a “relatar os factos com rigor e exactidão” e à distinção entre opinião e notícia (Sindicato dos Jornalistas, 1993).



Figura 36 Howard Beale, interpretado por Peter Finch no filme *The Network* (1976)

Podemos concluir que a representação da figura do jornalista tem sido prevalente no cinema de ficção. Sobre esta, o Cinema tem uma dupla posição. Uma reconhece a importância da função do jornalista no contexto de uma sociedade democrática, enquanto representa o jornalista com base em estereótipos e caricaturas “cruéis”, sendo está aplicado a jornalistas de tabloide (McNair, 2010).

A importância do jornalismo para a democracia é justificada como o papel do Quarto Poder que exerce, sendo este o papel de promover um controlo externo do governo em nome do interesse dos cidadãos (Albuquerque, 2009). Um personagem que simboliza a importância do Quarto Poder é Dutton Peabody do filme *The Man Who Shot Liberty Vallence* (1962). Durante o meu estágio realizei trabalhos que acredito que representam aquele que é o Quarto Poder, como: *Antigo Terminal do Campo 24 de Agosto abandonado e ocupado por sem-abrigo* (Nogueira & Silva, 2024) e a *A “aldeia” do Bolhão é agora uma cidade – reportagem no Mercado* (Cunha & Nogueira, 2024).

No filme *Citizen Kane* (Welles, 1941) o personagem Charles Foster Kane instrumentaliza, abusando do seu estatuto de proprietário de um jornal, a imprensa. Fabrica através do jornal do qual é detentor (o Inquirer), publicações em seu favor e utiliza o seu jornal para derrubar políticos. À semelhança deste filme, os jornais são por vezes acusados de utilizar o seu poder para manipular a opinião publica de modo a favorecer os interesses dos seus proprietários, um exemplo destas críticas é o livro *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media* (1988).

A minha entidade acolhedora, sendo ela propriedade do Futebol Clube do Porto, é muitas vezes acusada de ser tendenciosa e pouco objetiva. Estas acusações surgem a partir do facto de o Porto Canal pertencer ao clube, e como se trata de um canal generalista, possui vários programas de entretenimento dedicados à Futebol Clube do Porto. Apesar disto, posso dizer que no que toca ao trabalho desenvolvido por mim, que existe uma separação clara entre o conteúdo jornalístico e o conteúdo de entretenimento desenvolvido para o Futebol Clube do Porto (FCP). Não existiu de todo uma tentativa de fazer passar essas publicações como conteúdo informativo.

Em *Nightcrawler* (2014), o personagem interpretado por Jake Gyllenhaal ganha fama e fortuna como repórter de imagem ao captar imagens

extremamente gráficas de acidentes e de atividade criminal. O filme levanta questões sobre a ética sobre a função do repórter de imagem. Este caso da ficção lembra o debate público que surgiu com a foto captada pelo fotojornalista Kevin Carter, *The Vulture and the Little Girl* (1993). Embora ambos sejam casos extremos com os quais não me consigo identificar num nível tão acentuado na minha experiência de estágio, posso dizer que houve situações em que me senti frustrado por desempenhar este papel, como é o caso da reportagem *Humidade e caracóis, os inquilinos indesejados da casa camarária de Dona Emília* (Cunha, 2024).

No caso de Gale Weathers em *Scream* (Craven, 1996) e Freddy Lounds em *Red Dragon* (Ratner, 2002), ambos são jornalistas de tabloides que divulgam detalhes sórdidos sobre crimes violentos que acabam por se aproximar demasiado das situações, tendo confrontos com os criminosos. O personagem de *Red Dragon* acaba por ser um exemplo daquilo que McNair considera ser o desejo do cinema em projetar “fantasias de vingança anti tabloide” (2004), enquanto Gale Weathers de *Scream* é uma das exceções.

Outro tipo de sensacionalismo, acontece no filme *Network*, que leva ao extremo o conceito de *Infortaiment*. Embora a mistura entre informação e entretenimento seja um problema alarmante, existe em Portugal regulação pela Entidade Reguladora da Comunicação (ERC) e um código deontológico do jornalista (1993) que impedem que situações como as representadas no filme aconteçam.

Capítulo 2: Imagem

2.1A Imagem no Jornalismo: um elemento diferenciador

A componente visual nem sempre fez parte do jornalismo. Neste segundo capítulo pretendo refletir sobre a história do fotojornalismo e do jornalismo audiovisual, a sua importância e, através da minha experiência de estágio, perceber como esta é trabalhada.

De acordo com o livro *Uma História Crítica do Fotojornalismo Ocidental* (1998), de Jorge Pedro Sousa, o fotojornalismo é uma área cada vez mais difícil de definir devido ao elevado número de fotógrafos que participam nesta atividade e que “nem sempre apresentam unidade na expressão e convergências temáticas, técnicas, de abordagens e de pontos de vista”.

Historicamente, o fotojornalismo começa-se a desenvolver no século XIX quando os fotógrafos apontam a câmara para “um acontecimento, tendo em vista fazer chegar essa imagem a um público, com intenção testemunhal.” Apesar de exemplos que possam indiciar a existência de um proto fotojornalismo, este só passa a existir a partir da invenção das zincogravuras que só surgiram em finais do século XIX (Sousa, 1998).

Houve de facto um atraso “na utilização da fotografia como *news medium...*” (1998, p. 54). Apesar de já existirem semanários e revistas ilustradas que publicavam fotografias desde a década de oitenta do século XIX, só em 1904 surge, em Inglaterra, o Daily Mirror, o primeiro jornal que “ilustrava as suas páginas unicamente com fotografias”. A este seguiu-se o Illustrated Daily News em 1919, em Nova Iorque (Sousa, 1998)

O fotojornalismo e o jornalismo audiovisual acabam assim por ter origens similares e uma génese separada por apenas 5 anos (o fotojornalismo surge em 1904 e o jornalismo audiovisual, que surge através do cinejornal, em 1909).

Mesmo antes do fotojornalismo, o jornalista e editor do Illustrated London News, Manson Jackson defendia o papel fundamental da imagem no jornalismo, ao declarar que “as imagens falam uma linguagem universal” (Jackson, 1885). Este jornalista especulou sobre a imagem no jornalismo ao dizer que “quando a história da nossa época for escrita... os jornais ilustrados serão um armazém inesgotável para os historiadores” (p. 214) (Tucker, 2015).

Sousa defende que o fotojornalismo cumpre um “papel de destaque” no jornalismo devido aos seus recursos tecnológicos, sendo que a imagem é gerada no instante da sua ocorrência e a realidade é “mostrada quase instantaneamente a cores”. Esta captura faz do jornalismo uma “peça indispensável na arquitetura do sistema mediático de difusão de informação” (2021, p.26).

Já o jornalismo audiovisual, este através do recurso a “multimídáticos, imagem, som, vídeo, gráficos e vídeos em uma única mensagem”, pode contribuir para “uma maior contextualização e interação com o leitor” (De Castro, 2013).

Apesar da percepção que a sociedade tem hoje do jornalismo audiovisual, a verdade é que este teve um longo processo de aumento de respeito e credibilidade. Na década de 1920, enquanto o fotojornalismo ia sendo aceite como jornalismo “respeitável”, o uso da imagem em movimento era “equacionado ao show business” e aos “frequentemente criticados cinejornais de Hollywood” (Conway, 2015).

Após o desaparecimento do Cinejornal o jornalismo audiovisual encontrou lugar na televisão. Nos primórdios do jornalismo televisivo este prometia “colocar o globo na palma da mão de todos, para que os olhos possam ver em redor de mundo como este se tratasse de uma laranja” (Dunlap, 1948).

O aparecimento da Internet potencializou um novo meio de distribuição de jornalismo audiovisual. O jornalismo da imagem em movimento em contexto *web* conta com uma linguagem audiovisual inicialmente remanescente do jornalismo televisivo, mas que aos poucos foi criando convenções próprias. A *web* atualizou o jornalismo audiovisual com “novas molduras”. O conceito do telejornalismo como uma “janela para o mundo”, difere do jornalismo digital que procura do espectador “uma intervenção, um clique, um comentário, um compartilhamento” (Saliba, 2016).

Foi neste contexto de jornalismo digital que desenvolvi o meu estágio no Porto Canal como repórter de imagem e montador. O estágio foi desempenhado no departamento digital desta estação televisiva.

Nos estúdios da Nossa Senhora da Hora em Matosinhos, os jornalistas do departamento digital coordenado por Pedro Bragança e João Gomes e os jornalistas televisivos coexistem de forma independente.

Durante o meu estágio trabalhei com a imagem em contexto jornalístico, tendo captado vídeos e fotografias para várias peças. Conto agora, com base na minha experiência, como a imagem foi trabalhada, desde equipamentos, rotinas de trabalho, metodologias e aprendizagens e desafios.

No Porto Canal pratiquei uma rotina de trabalho que era bastante similar de dia para dia. Chegava aos estúdios da estação às nove horas da manhã e a primeira coisa que fazia era consultar a agenda. A agenda era um *Google Doc* do departamento onde os trabalhos pendentes ou a serem iniciados de cada membro estavam disponíveis. Lá podia consultar os trabalhos de montagem que tinha para finalizar e as saídas para filmagens ou fotografia que ia ter em determinado dia.

Caso tivesse saída nesse dia, o primeiro passo seria preparar uma mochila com o equipamento necessário. Este variava bastante consoante as características da reportagem. Se fosse captar fotografias, geralmente levava comigo apenas uma câmara, frequentemente uma Lumix DC-S1H ou a Sony Alpha 7III, com uma luz Aputure – AI-MX (se fosse fotografar em espaços interiores).

Se fosse captar vídeo, levava uma das câmaras mencionadas (assim como a luz se fosse filmar em espaços interiores), um transmissor áudio Rode Wireless Go II para entrevistas e *talking heads*, um microfone Rode Videomic Go para sons ambientes e um tripé. Alternativamente, cheguei a utilizar o que chamavam de *kit mobile*, que consistia num iPhone, um transmissor de áudio Rode Wireless Go II e um *gimbal* Dji Osmo Mobile. Os transmissores de áudio eram colocados, em ambos os casos, num microfone com o *branding* do Porto Canal ou era colocado um adaptador de lapela.

A manutenção do equipamento, usado por mim, era da minha responsabilidade. Tinha a obrigação de garantir o carregamento das baterias, o esvaziamento dos cartões de memória, a arrumação do material e a sua limpeza, de modo que este estivesse operacional para uma próxima utilização.

Após a preparação do material, dirigia-me para o local com o jornalista que me iria acompanhar. Durante a viagem, o jornalista contextualizava-me sobre o acontecimento que íamos cobrir e era também neste momento que discutíamos ideias de planos e a estética pretendida por ele para a reportagem.

Chegando ao local, o jornalista encarrega-se maioritariamente da realização de entrevistas, enquanto o repórter de imagem, no caso de uma reportagem audiovisual, filma *talking heads* e os planos de corte. A duração deste processo na maioria dos casos é de cerca de uma hora.

Após a filmagem da reportagem eu encaminhava o conteúdo do cartão de memória para o jornalista responsável pelo processo de montagem ou colocava na minha pasta pessoal caso fosse eu encarregue deste processo.

No caso de uma saída em que o objetivo seria fotografar para o banco de imagens do Porto Canal, eu preparava a mochila com o equipamento e dirigia-me de metro até ao local e trabalhava autonomamente. Estas fotos serviriam para acompanhar notícias no futuro. Imaginemos que haveria uma notícia sobre a estação de São Bento, o Porto Canal não necessitaria de recorrer a fontes externas para arranjar uma foto para acompanhar a notícia se já tivesse fotos desta estação no banco de imagens.

Um exemplo de um trabalho de fotografia para arquivo que eu desenvolvi aconteceu no dia 29 de janeiro. Neste dia foi-me designado o trabalho de acompanhar as jornalistas Maria Abrantes e Maria Silva até à Rua de Santa Catarina. Enquanto estas filmavam um *vox pop*, eu iria percorrer a cidade em busca de atos de vandalismo (Figura 37) e cartazes de cariz político (Figura 38). As imagens foram guardadas no banco de imagens do canal, e no dia 13 de março uma das fotos tirada junto à estação de São Bento foi utilizada para acompanhar uma notícia sobre habitação no Porto (Figura 39) (*Esperam-se mais 45 mil casas em Porto, Gaia e Matosinhos até 2030, 2024*).



Figura 37 Exemplo de foto de um ato de vandalismo tirada por mim no dia 29 de janeiro



Figura 38 Exemplo de um fot de um cartaz com mensagens políticas tirada por mim no dia 29 de janeiro



Esperam-se 45 mil casas em Porto, Gaia e Matosinhos até 2030



13-03-2024 11:43 |
Porto
Porto Canal

Figura 39 Exemplo de uma foto de arquivo tirada por mim a ser utilizada numa publicação do Porto Canal

Um dos fatores que é bastante condicionante no jornalismo é a imprevisibilidade. Num trabalho realizado no dia 16 de janeiro, acompanhei o jornalista Francisco Graça numa reportagem fotográfica sobre a agitação marítima em Vila do Conde, Póvoa de Varzim e Esposende.

Quando chegamos a estes locais rapidamente percebemos que de facto, apesar do mau tempo, existia pouca agitação marítima. Quando comecei a

fotografar o jornalista disse-me que estas situações eram comuns e quando confrontado com elas não devia tentar fotografar o objeto como se estivesse a acontecer algo que na realidade não estava a acontecer. Nesta situação, disse-me para tirar fotografias que pudessem aludir indiretamente a situações de agitação marítima que pudessem ficar para o banco de imagens. Explicou-me que no jornalismo o importante é não voltar à redação “de mãos a abanar”.



Figura 40 Foto tirada por mim, onde é possível ver que não existia agitação marítima significativa neste dia



Figura 41 Exemplo de uma imagem alusiva à agitação marítima tirada por mim no dia 16 de janeiro

Estas imagens, como é o caso da figura 41, provavelmente não são fortes o suficiente para acompanharem a notícia por si só, mas poderiam integrar um carrossel (publicação no Instagram que contém mais do que uma imagem) sobre o tema.

Algo que é desafiador como repórter de imagem é filmar/fotografar pessoas. Na maior parte dos casos, esta função não tem como objeto pessoas que pretendam ser captadas pela câmara voluntariamente. O código de ética do fotojornalismo no que diz respeito a este assunto não é universal, por isso,

pretendo de seguida ilustrar através da minha atuação numa reportagem sobre a Rua Sá de Noronha o meu procedimento nestas situações (*O que é ser “cool”? Há uma rua no Porto que pode exemplificar*, 2024).

A revista Time Out Global fez um ranking das ruas mais “cool” do mundo e a Rua Sá Noronha entrou no *top 20*. O objetivo da reportagem que fiz com a jornalista Maria Abrantes era perceber o porquê de a rua ser tão “cool”. Nesta visita ao local filmamos um *reel* e tirei algumas fotografias para acompanhar a notícia, fazer a *thumbnail* do vídeo e que potencialmente permitissem a realização de um carrossel.

O ponto alto da rua, segundo o artigo da Time Out Magazine, era a restauração do local. No dia 15 de março chegamos ao local da parte da manhã, ou seja, nenhum estabelecimento de restauração estava aberto. No *reel* conseguimos contornar a questão ao entrevistar funcionários de um dos estabelecimentos.

O desafio do ponto de vista fotográfico era estabelecer a rua como cool sem poder captar a sua principal característica. Decidi neste trabalho explorar a relação que os transeuntes têm com esta rua.



Figura 42 Casal de turistas na Rua Sá Nobrega

Algo que percebi rapidamente foi que existiam vários casais que passavam pela rua. Decidi estar atento a estes casais. Estava a percorrer a rua quando um casal de turistas com mochilas às costas para no fundo da rua e rapidamente começo a tirar fotografias antes que estes retomem o passo. Uma

dessas fotos, representada na Figura 42, acabou por ser a que acabaria por acompanhar a notícia escrita no *site*.

Como se pode ver nas fotos, quando se trata de pessoas que não são intervenientes no conteúdo da notícia e das quais não pedi permissão para tirar a foto, eu tento que as fotografias não permitam identificar as pessoas. A figura 42 é um bom exemplo: temos o casal de costas à distância, sendo impossível identificar os transeuntes.

Mesmo em contextos em que existe consentimento para fotografar/filmar os intervenientes de uma notícia, eu prefiro captar os sujeitos em momentos em que eles não estejam conscientes (ou não pareçam estar conscientes) de que a câmara está apontada para eles. Um destes exemplos é a reportagem fotográfica que fiz da Universidade Sénior de Amarante para idosos isolados na aldeia de Anciães dia 16 de janeiro (*Janeiras arrancam sorrisos a idosos isolados em Amarante, 2024*).



Figura 43 Foto incluída no carrossel *Janeiras arrancam sorrisos a idosos isolados em Amarante (2024)*

Neste contexto, ao contrário da reportagem feita sobre a Rua Sá de Noronha, o foco são as pessoas e não necessariamente o espaço. Neste caso é fundamental que as fotografias mostrem os rostos destes idosos, pois o impacto da notícia vive da reação destes à Tuna da Universidade Sénior.

Mantive a abordagem de fotografar discretamente, para que a interação entre o público e a tuna não fosse interrompida. Eu pretendia fotografar a reação à Tuna e não a reação à câmara.



Figura 44 Foto tirada por mim de um idoso a assistir à atuação da Tuna da Universidade Senior de Amarante



Figura 45 Foto de um idoso e o seu cão a assistirem à atuação da Tuna da Universidade Senior de Amarante



Figura 46 Foto, tirada por mim, de um grupo de idosos a assistir à atuação da Tuna da Univesidade Senior de Amarante

Na foto representada na Figura 44 temos um idoso que batia palmas ao ritmo da música “Ponha aqui o seu pezinho” que estava a ser interpretada pela tuna, o senhor estava visivelmente emocionado com atuação.

Na Figura 45 temos um senhor que gravava a atuação no seu *smarthphone*. Ao seu lado está o seu animal de companhia, que aparenta estar igualmente atento a esta. O motivo pelo qual eu acredito que esta é uma das fotos mais bem-sucedidas que tirei durante o estágio é por ser a que apresenta melhor a temática do isolamento que foi o mote desta intervenção por parte da Tuna. Vemos o senhor idoso com a sua companhia, o seu animal de estimação, e o seu *smarthphone* que o liga ao mundo. Para este trabalho tive a oportunidade de ser eu próprio a fazer a curadoria das fotos que seriam usadas neste “carrossel”, o que é simbólico da liberdade confiança que me foi proporcionada nesta entidade acolhedora.

Na componente audiovisual do trabalho desenvolvido existe também uma preocupação com a interação com as pessoas. Essa preocupação começa já com a escolha do material. Como referi anteriormente, para os trabalhos audiovisuais existem duas escolhas de material, o equipamento clássico (câmara, tripé, luz, etc..) e o *kit mobile*.

O *kit mobile*, que é constituído por um iPhone, *gimbal*, transmissor e microfone com o *branding* do Porto Canal, é utilizado nas seguintes situações: quando o trabalho tem de ser filmado ou editado num curto espaço de tempo; quando pretendemos não chamar atenção; e na realização de *vox pops* em geral.

Um exemplo de um trabalho que exigiu uma filmagem e montagem extremamente rápida foi um *vox pop* em que os adeptos portistas faziam a antecipação do jogo do Futebol Clube do Porto contra o Rio Ave. Eu e a jornalista Maria Leonor Coelho filmamos, editamos e publicamos o conteúdo em cerca de uma hora no dia do jogo.

Eu filmei com o *kit mobile* enquanto a jornalista entrevistava os adeptos em cerca de meia hora no exterior do estádio do Dragão. Após sentirmos que tínhamos um bom número de respostas dirigimo-nos à *Press Room*, a Leonor editou o vídeo no telemóvel no CapCut e enviou ao Diretor de Conteúdos Digitais do FC Porto, Pedro Bragança, a pedir aprovação para postar. Assim que esta foi obtida, o vídeo foi publicado (Figura 47).



Figura 47 Frame do *vox pop* filmado com os adeptos do F.C Porto antes do jogo com o Rio Ave

Após filmarmos este conteúdo, fomos até ao interior do estádio, junto ao relvado, e filmamos mais duas publicações em cerca de meia hora: uma sobre a

Avó Lina, uma senhora que fez nesse dia 76 anos e a quem as netas surpreenderam com uma ida ao Estádio do Dragão (*Avó Lina tem 76 anos e realizou o sonho de uma vida no Estádio do Dragão*, 2024) (Figura 48); outra sobre dois adeptos do centro de dia de Asas de Ramalde A. D. que tiveram a oportunidade de visitar o estádio pela primeira vez (*“Eu queria ver o FC Porto a jogar, era o meu sonho”*, 2024) (Figura 49). Logo que o jogo terminou, filmamos ainda um quarto conteúdo, uma entrevista ao ex-jogador do F.C. Porto, Héctor Herrera (*Héctor Herrera: “Os seis anos no FC Porto foram os melhores da minha vida”*, 2024) (Figura 50).



Figura 48 Frame da reportagem sobre a "Avó Lina"

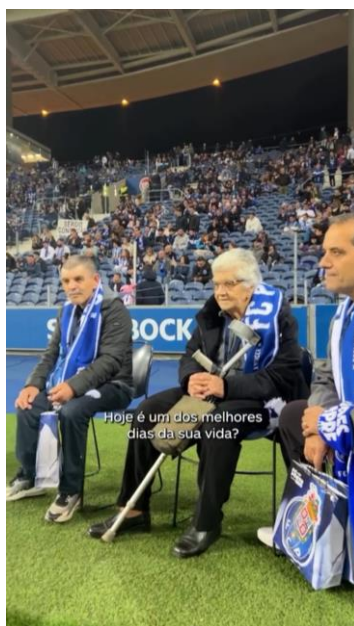


Figura 49 Frame do reel sobre os adeptos do centro de dia de Asas de Ramalde



Figura 50 Frame da entrevista ao Héctor Herrera

Uma cobertura de um jogo do Futebol Clube do Porto pelo Porto Canal exige uma boa eficiência na gestão de tempo, algo que seria dificultado por um equipamento mais tradicional e isso deve-se ao tempo que este material demora a montar e arrumar e à menor mobilidade de uma câmara (especialmente com tripé) face a um telemóvel.

Este *kit mobile* é também utilizado em situações em que é pretendido que a equipa de reportagem passe despercebida. Exemplo disto foi a reportagem filmada no dia 10 de março, na qual fui acompanhado pela jornalista Maria Abrantes, sobre os atrasos nas obras do jardim de Arca d'Água (Abrantes, 2024).

Normalmente nestas reportagens sobre condições das obras é preferível não chamar a atenção de modo a evitar hostilidades por parte dos trabalhadores, especialmente quando existe algo irregular sobre elas. Recordo-me que numa reportagem, que não chegou a ser publicada, sobre o que se suspeitava ser uma obra ilegal, fomos abordados por um dos funcionários que tentou que parássemos de filmar.

Nestas situações, temos a preocupação de proteger a sua identidade através da ocultação do rosto e não perturbar o seu trabalho ao não transgredir as zonas de obra, optando por filmar da via pública.

Por último, utiliza-se o *kit mobile* para os *vox pops*, devido à questão da mobilidade levantada anteriormente e por ser uma maneira mais rápida de filmar. Os *vox pops* são filmados em cerca de uma hora ou menos e são gravados em zonas de grande movimento, como a estação de metro da Trindade. Essas pessoas que estão a entrar e a sair desta estação estão com alguma pressa, o telemóvel permite que seja gravado rapidamente a opinião determinada pessoa consoante determinado tema.

Outro aspeto deve-se ao facto de as pessoas se sentirem “mais intimidadas” com uma câmara do que com um telemóvel. Este aspeto é algo que testemunhei: nas entrevistas que filmei com câmaras as pessoas ficaram sem dúvida muito mais nervosas, algo que suspeito que se deva à maior quantidade de tempo que ficam a espera que eu comece a gravar.

Uma reportagem filmada de maneira mais tradicional (embora a maior parte do conteúdo digital do Porto Canal seja filmado com o *kit mobile*), ou seja, com uma câmara, é normalmente uma que não requeira a gravação de um grande número de planos em um curto espaço de tempo.

Um desses usos é quando se trata de uma reportagem fotografada para um carrossel, mas pretende-se que se filme um número reduzido de entrevistas com pessoas que já esperavam ser entrevistadas.

Um destes exemplos acontece com a entrevista que eu filmei do jornalista Pedro Benjamim ao arquiteto Aniceto Viegas sobre o edifício Bonjardim (Benjamim, 2024).

O meu trabalho foi simplesmente filmar o *talking head* (Figura 51), por isso, de modo a obter a maior qualidade possível e já que a questão da mobilidade e da gestão de tempo não eram grandes condicionantes, optei pelo uso da câmara Panasonic Lumix S1-h, apoiada num tripé, e não utilizei uma luz artificial pois considerei que a luz natural que entrava de uma das janelas do apartamento era suficiente. Em termos de áudio, utilizei os transmissores ligados a um adaptador de lapela.



Figura 51 Talking head do Ancieto Vieira

Um exemplo de conteúdo de vídeo para Instagram da entidade acolhedora que filmei totalmente com uma câmara foi a reportagem que fiz com o jornalista João Nogueira sobre o Museu Neonia (Nogueira, 2024)

A reportagem sobre este museu interativo localizado no centro do Porto foi filmada no dia 5 de fevereiro e acabou por sair no final de abril. Nesse dia levei comigo a câmara Sony Alpha 7 III, um tripé e o transmissor de áudio.

Em termos de imagem foi um trabalho relativamente simples. A primeira coisa que fizemos foi filmar uma entrevista com Aquiles Barros, um dos responsáveis pelo espaço (Figura 52). De seguida, demos uma volta ao Museu para filmar alguns planos e tirar algumas fotografias. Como o museu ainda não estava terminado, porque só ia abrir portas em abril, o responsável pediu-me que não filmasse partes do museu que ainda estivessem vazias e inacabadas e que tentasse não revelar demasiado sobre o espaço. Devido aos seus pedidos, optei por filmar planos mais fechados e que não revelassem a totalidade de algumas das salas do local.



Figura 52 Talking head de Aquiles Barros, um dos responsáveis pelo Museu Neonia

Em conclusão, sobre o método de trabalho de um repórter de imagem. Posso dizer que a rotina de trabalho era bastante similar de dia para dia. A primeira tarefa do dia consistia em consultar a agenda, um *Google Doc*, onde é possível ver os trabalhos de montagem que tinha para finalizar e as saídas para filmagens ou fotografia que ia ter em determinado dia.

A escolha do equipamento seria o próximo passo. Preparava uma mochila com uma câmara, frequentemente uma Lumix DC-S1H ou a Sony Alpha 7III. A câmara por si só seria equipamento suficiente para um trabalho de fotografia. Se fosse um trabalho de vídeo, para além de uma das câmaras mencionadas anteriormente levava também comigo: um transmissor áudio Rode Wireless Go II; um microfone Rode Videomic Go; um tripé e uma luz Aputure – AI-MX (se fosse fotografar em espaços interiores). Podia alternativamente utilizar de *kit mobile*, que consistia num iPhone, um transmissor de áudio Rode Wireless Go II e um *gimbal* Dji Osmo Mobile.

Chegando ao local, o jornalista encarrega-se maioritariamente da realização de entrevistas, enquanto o repórter de imagem, no caso de uma reportagem audiovisual, filma *talking heads* e os planos de corte. A duração deste processo na maioria dos casos é de cerca de uma hora.

Após a filmagem da reportagem eu encaminhava o conteúdo do cartão de memória para o jornalista responsável pelo processo de montagem ou colocava na minha pasta pessoal caso fosse eu encarregue deste processo.

A manutenção do equipamento, usado por mim, era da minha responsabilidade. Tinha a obrigação de garantir o carregamento das baterias, o esvaziamento dos cartões de memória, a arrumação do material e a sua limpeza, de modo que este estivesse operacional para uma próxima utilização.

Um dos fatores que é bastante condicionante no jornalismo é a imprevisibilidade, por vezes é pretendido que se capture imagens de pessoas, espaços e condições climáticas, onde os elementos não são do controlo do repórter de imagem. Cabe a este saber contornar este obstáculo e tentar voltar a redação com algo que seja pertinente. Uma estratégia utilizada nestas circunstâncias em que é possível captar determinado acontecimento diretamente é tentar captar as imagens que possam aludir indiretamente a determinado acontecimento.

Outro desafio da tarefa do repórter de imagem é ter de filmar/fotografar pessoas que não pretendem ser captadas pela câmara de forma voluntária. Quando se trata de pessoas que não são intervenientes no conteúdo da notícia e das quais não pedi permissão para tirar a foto, eu tento que as fotografias não permitam identificar as pessoas.

Mesmo em contextos em que exista permissão para fotografar/gravar livremente os intervenientes de uma notícia, eu mantive uma abordagem discreta. Um dos exemplos de uma reportagem em que mantive essa abordagem foi a *Janeiras arrancam sorrisos a idosos isolados em Amarante* (2024). Nesta pretendi capturar a reação espontânea dos idosos à atuação da Tuna da Universidade Sénior.

A utilização do *kit mobile* é motivada por situações em que o trabalho tem de ser filmado e ditado num curto espaço de tempo. Um exemplo da utilização deste material foi a cobertura do jogo de futebol do FC Porto contra o Estrela da Amadora visto que está exigiu a filmagem de quatro conteúdos distintos num curto espaço de tempo. Este *kit mobile* também permite ao repórter de imagem passar despercebido, filmar rapidamente e com mais mobilidade.

Uma reportagem filmada de maneira mais tradicional (embora a maior parte do conteúdo digital do Porto Canal seja filmado com o *kit mobile*), ou seja, com uma câmara, é normalmente uma que não requeira a gravação de um grande número de planos em um curto espaço de tempo.

2.2 O Jornalista e o Repórter de Imagem: entre registo e criação

A criação de conteúdo de jornalismo audiovisual, no contexto do meu estágio no Porto Canal, envolve, geralmente, duas figuras: o jornalista e o repórter de imagem. Neste tópico pretendo expor o processo de criação destas peças, as diferentes abordagens e como estas duas figuras colaboram.

Um dos aspetos diferenciadores que julguei que existia entre a produção de conteúdos de jornalismo audiovisual e a produção de cinema consistia na ausência de uma fase de pré-produção na primeira. Existe um grau muito maior de improvisação numa peça jornalística do que existe na generalidade do cinema de ficção e documental. Um dos motivos pelos quais cheguei a deter esta opinião foi pelo facto de nunca ter feito qualquer forma de preparação para a filmagem de uma peça que fosse além de preparar o equipamento.

No entanto, reconheço agora que existe o que possa ser o equivalente a uma fase de pré-produção, em alguns casos, no jornalismo audiovisual. Este processo não envolve, na minha experiência, o repórter de imagem, mas sim o jornalista.

Tomemos como exemplo uma reportagem que filmei, no dia 24 de janeiro, com o jornalista Fábio Lopes sobre um desporto emergente na cidade do Porto, o *Teqball*. Este funde “características do futsal, do futebol de praia, do futvôlei e do futmesa”. No ano de 2021, foi criada a primeira academia desta modalidade no Porto, por Manuela Parente, no Académico Futebol Clube (Lopes, 2024).

Para uma reportagem deste género, numa primeira instância, o jornalista primeiro necessita ter a ideia e investigar sobre o tema. O próximo passo, no departamento digital do Porto Canal, é uma espécie de apresentação que é feita ao coordenador Pedro Bragança, na qual esta é discutida e aprovada ou não.

Após a aprovação, o jornalista contacta as pessoas que ele pretende que contribuam para a reportagem, neste caso a academia de *Teqball* do Académico Futebol Clube, e é agendada a filmagem deste conteúdo (e por vezes a data de publicação também).

Posso considerar o processo mencionado anteriormente como uma espécie de equivalente à pré-produção no cinema. A próxima etapa no desenvolvimento de uma reportagem é o processo de filmagem. Durante este, a

minha colaboração varia consoante o jornalista que me acompanha, pois existem preferências de abordagens que não são partilhadas por todos. Cabe ao repórter de imagem saber se adaptar ao estilo de trabalho de cada jornalista.

No caso do jornalista Fábio Lopes, com quem trabalhei na reportagem sobre o desporto *Teqball*, ele tem ideias bastante definidas sobre a componente da imagem destas reportagens. Este jornalista tinha algumas preferências de planos que queria que fossem filmados, por exemplo, o plano conjunto no qual os desportistas se apresentam e o vivo do jornalista a introduzir o tema.



Figura 53 Plano Conjunto na reportagem "O que é o Teqball? Do crescimento em Portugal ao sonho dos Jogos Olímpicos."



Figura 54 Vivo da reportagem "O que é o Teqball? Do crescimento em Portugal ao sonho dos Jogos Olímpicos."

Outro exemplo de uma reportagem feita em colaboração com este jornalista tem como temática duas estudantes que iam participar no Uniraid, um “rali solidário” de nove dias pelo deserto “com o objetivo de atravessar Marrocos de norte a sul e entregar bens humanitários nas aldeias mais desfavorecidas” (Lopes, 2024). Neste trabalho, Fábio Lopes pediu-me que fizesse os seguintes planos: um plano pormenor do volante do Peugeot 205 que as estudantes iam conduzir para a competição; um plano pormenor de um dos espelhos do carro enquanto este está em andamento; e uma panorâmica do carro em movimento.



Figura 55 Frame do plano pormenor do volante sugerido pelo jornalista Fábio Lopes



Figura 56 Plano pormenor do espelho do carro, sugerido pelo jornalista Fábio Lopes



Figura 57 Frame da panorâmica sugerida pelo jornalista Fábio Lopes

As reportagens mencionadas são exemplos de uma abordagem mais interventiva, em termos de imagem, por parte do jornalista. O nível de envolvimento com a componente de imagem de uma reportagem variava consoante as sensibilidades do jornalista que me acompanhava. A maior parte dos profissionais com quem colaborei sugeriam alguns planos ou chamavam a atenção para algo que teria que necessariamente ser filmado de modo a passar determinada informação.

Apesar de essa ser a norma, existe, por exemplo, uma reportagem sobre a aprovação da Rua Gisberta, na qual trabalhei com a jornalista Ana Francisca Gomes, onde a imagem e a montagem foram totalmente imaginadas por ela (Gomes, 2024).

No dia anterior a jornalista explicou-me a ideia que tinha para a reportagem. Esta pretendia algo com uma qualidade mais “cinematográfica”. Imaginava a reportagem a começar com uma animação com uma foto da Gisberta; de seguida, imagens de manchetes de jornais que noticiaram a sua morte acompanhada de áudios de entrevistas aos moradores da rua onde decorreu o incidente; a reportagem iria conter também um *talking head* de um dos organizadores da Marcha do Orgulho do Porto.



Figura 58 Frame da animação no início da reportagem



Figura 59 Frame de um exemplo de um plano de uma manchete de jornal sobre a morte da Gisberta



Figura 60 Frame de um plano filmado no junto ao Pão de Açúcar



Figura 61 Frame do talking head do Filipe Gaspar, um dos organizadores da Marcha do Orgulho do Porto.

No dia da filmagem, o dia 26 de janeiro, começamos por nos dirigir ao Campo 24 de Agosto, onde filmei alguns planos do edifício inacabado que naquela altura estava em obras, o Pão de Açúcar, onde Gisberta fora assassinada. Conseguimos, com alguma dificuldade, dois testemunhos de comerciantes daquela rua. Após a filmagem das entrevistas a estes comerciantes, dirigimo-nos até aquela que é hoje a Rua Gisberta Salce Junior na zona da Ericeira, onde filmamos o *talking head* com Filipe Gaspar (Figura 61), um dos organizadores da Marcha do Orgulho do Porto.

Este foi o trabalho que desenvolvi no Porto Canal que envolveu o maior número de colabores: a jornalista Ana Francisca Gomes, eu como repórter de imagem, o grafista Marco, que desenvolveu a animação inicial (Figura 58), e o jornalista Alexandre Matos que fez a montagem. Apesar deste número pouco comum de envolvidos na reportagem, considero que o resultado captou a essência do que a jornalista me descreveu no dia anterior às filmagens.

Cada jornalista com quem trabalhei tem sensibilidades e preferências diferentes nas filmagens das reportagens: recordo-me que, por exemplo, a jornalista Maria Abrantes tem preferência por uma técnica de filmagem dos *vox*

pops que não é utilizada por outros jornalistas. Nestes trabalhos desenvolvidos em conjunto com ela, abordávamos as pessoas já a gravar. Se estas não quisessem ser filmadas, parávamos a gravação e eu apagava o vídeo. Este método tem o ponto forte de permitir que o trabalho seja filmado em menos tempo e, na minha opinião, as respostas obtidas serem melhores e mais honestas. Numa conceção normal de um *vox pop*, começaríamos por abordar as pessoas, pedir permissão para gravar e dizer o que o jornalista ia perguntar, o que de certa forma arruína a espontaneidade das respostas.

O grau de envolvimento do jornalista no processo de edição, também é uma variável. Em circunstâncias normais, o jornalista é responsável por acompanhar e coordenar este processo.

Com o jornalista João Nogueira, a montagem das peças era colaborativa. Nos casos do Museu Neonia (Nogueira, 2024) e da reportagem sobre o Mercado do Bolhão (Cunha & Nogueira 2024), o jornalista utilizava os brutos das entrevistas para construir a reportagem escrita. Durante este procedimento, ele cortava os *talking heads* no projeto do Adobe Premiere para, simultaneamente, ouvir as informações importantes para o seu trabalho e me indicar quais seriam as declarações mais relevantes. Através destes *talking heads* já cortados, eu construía a estrutura narrativa do conteúdo, removia declarações redundantes (que já haviam sido ditas de melhor forma em outros *talking heads*), e conjugava as declarações com planos captados no local.

Um aspeto desafiante da montagem destas peças acontecia quando eu não estava presente nas filmagens e o jornalista que fez a reportagem não se encontra presente na montagem. Um destes casos foi uma reportagem sobre o Palacete Pinto Leite, da jornalista Maria Leonor Coelho, filmada pela *freelancer* Ana Torres e montada por mim.

Com a jornalista ausente na redação, pois tinha ido para Londres para cobrir o jogo do FC Porto com o Arsenal nos oitavos de final da Champions League, eu tive de montar esta peça sem estar informado sobre o tema em questão. Quando este é o caso, sou contextualizado, numa primeira instância, sobre o propósito da reportagem pelo coordenador João Gomes. De seguida, vejo os *talking heads* e através das perguntas e respostas fornecidas consigo ter uma melhor ideia do que é importante referenciar. Por último, nesta fase de preparação, vejo e ouço atentamente os restantes planos. Algo que ajuda

bastante à edição de um conteúdo destes, nestas circunstâncias, é ouvir interações entre o repórter de imagem e o jornalista. Nestas interações pude perceber que o palacete tinha bastantes decorações que pertenciam a uma exposição temporária. Num plano em que a Ana Torres filmava uma das decorações, a jornalista avisa-a para que esta não dê muita importância à exposição visto que quando a reportagem sair, ela já teria acabado.

Através da minha revisão dos brutos deste conteúdo sobre o Palacete Pinto Leite, fico a perceber a direção que devo tomar na narrativa. Os tópicos de destaque da reportagem são: a história do palacete, o seu mistério e o que está a acontecer com aquele edifício.

Eu tentei passar a ideia de que é um local que invoca um certo mistério através da utilização dos seguintes planos: um *travelling* lateral filmado do exterior do edifício, um *travelling* lateral filmado do interior do edifício para o exterior através do vidro localizado junto à porta e um *travelling* frontal filmado do interior do edifício em direção a uma janela.



Figura 62 Frame do travelling lateral no início da reportagem sobre o Palacete Pinto Leite

Escolhi abrir o *reel*, com o plano da Figura 62, porque achei ser uma boa forma de despertar a curiosidade do espectador. O *travelling* filmado no passeio

do lado de fora do muro é exatamente o ponto de vista dos peões que o atravessam, espreitam a casa e contemplan, curiosos, o Palacete. O plano representado na Figura 63 contribui para transmitir a ideia de mistério que rodeia o palacete através da distorção da imagem do exterior provocada pelo vidro da porta. Na Figura 64, vemos através do *frame* do movimento de câmara em questão que o edifício é uma espécie de anomalia naquela zona, pois nenhum dos edifícios que o rodeiam se assemelham a ele.



Figura 63 Frame do Travelling lateral filmado do interior do edifício para o exterior através do vidro localizado junto à porta



Figura 64 Frame do travelling frontal filmado do interior do palacete para o exterior através de uma janela

Os planos anteriores são seguidos pelo *travelling* frontal representado na figura 65, onde vemos o proprietário António Moutinho Cardoso a abrir a porta do Palacete à equipa do Porto Canal. Este plano pretende convidar simbolicamente o espectador a conhecer mais sobre o Palacete Pinto Leite, e a desvendar o mistério levantado pelos planos que precedem este.

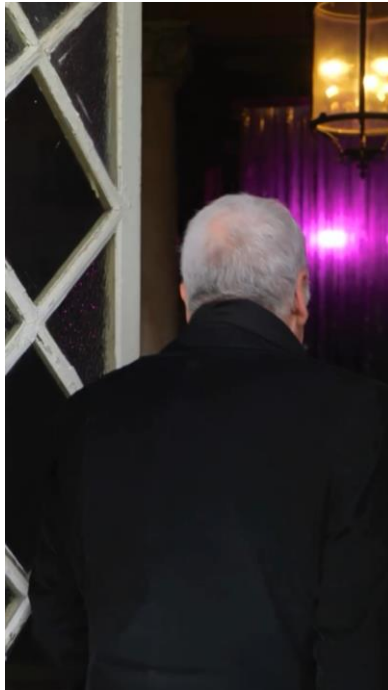


Figura 65 Frame do travelling frontal de António Moutinho Cardoso a entrar no edifício



Figura 66 Frame da utilização de uma fotografia de arquivo no reel sobre o Palacete Pinto Leite

A componente histórica do palacete em questão foi acompanhada de fotos de arquivo do interior da casa, que foram fornecidas ao Porto Canal pelo proprietário, como se pode ver pelo *frame* utilizado na Figura 66.

Apesar do acompanhamento que é feito pelo jornalista no processo de montagem, este tem, no Porto Canal, uma hierarquia que prevalece. Após a aprovação da montagem que eu fiz de uma peça, esta é mostrada ao coordenador João Gomes, que, geralmente, tem a última palavra sobre o conteúdo final, mesmo que não haja consenso com o jornalista. O vídeo pode ser também mostrado ao coordenador Pedro Bragança, cuja opinião prevalece sobre os intervenientes mencionados anteriormente. Por fim, e unicamente se o conteúdo for uma publicação de entretenimento sobre o Futebol Clube do Porto, o vídeo necessita de aprovação do departamento de Marketing do clube.

Em conclusão, a criação de conteúdo de jornalismo audiovisual, no contexto do meu estágio no Porto Canal, envolve, geralmente, duas figuras: o jornalista e o repórter de imagem. Nesta colaboração o jornalista desempenha a função de pré-produção, onde este concebe a ideia sobre um tema para uma reportagem, investiga sobre o mesmo e apresenta o conceito aos coordenadores do departamento.

O repórter de imagem entra no processo de criação na fase de filmagem. O envolvimento do jornalista na imagem de uma reportagem varia consoante as sensibilidades e abordagem de cada profissional. Na maior parte dos casos estes sugeriam planos e chamavam a atenção para algo que teria de ser necessariamente filmado de modo a passar determinada informação. Ainda durante o processo de filmagem existem metodologias de trabalho diferentes com cada jornalista como é o caso dos *vox pops* mencionado anteriormente.

O jornalista também está envolvido no processo de montagem, normalmente esta figura é responsável por acompanhar e coordenar este processo. Embora esta seja a norma, abordei casos em que se pode falar da existência de uma montagem colaborativa e, por oposição, em que o jornalista se encontrou ausente durante o processo.

Após a aprovação da montagem de uma peça por parte do jornalista, ela passa pelos coordenadores do departamento, e no caso de ser um conteúdo de entretenimento relacionado com o universo FC Porto este é aprovado pelo departamento de Marketing do clube.

Capítulo 3: Montagem

3.1 Jornalismo Digital VS Jornalismo Televisivo

Nos estúdios do Porto Canal localizados na Nossa Senhora da Hora em Matosinhos encontram-se duas redações que trabalham em simultâneo e autonomamente. No rés-do-chão trabalha o departamento digital. No piso diretamente acima encontra-se a redação televisiva.

Com um estágio desenvolvido num local onde o jornalismo televisivo e o digital convivem, é pertinente refletir sobre as semelhanças e diferenças entre o jornalismo audiovisual digital e o jornalismo televisivo.

O Porto Canal vive, neste momento, como muitas outras estações, do ponto de vista do jornalismo, uma fase de convergência entre a componente televisiva e a componente digital. Esta convergência mediática, por parte dos canais de televisão, está enraizada na procura de uma “audiência diversificada, exigente e participativa” (Belochio et al., 2018).

Por jornalismo digital ou webjornalismo, entende-se o jornalismo que não é meramente transposto de outros media (como a televisão ou a rádio) para o digital, mas sim do conteúdo jornalístico produzido especificamente para o digital que explora as potencialidades da internet (Canavilhas, 2003).

Através das plataformas *web* destas estações, como é o caso do *site* oficial do Porto Canal, existe uma “transposição de conteúdo da Tv para a *web*” (Belochio et al., 2018). Além desta transposição existe uma aposta em conteúdos exclusivos para a *Internet*. A criação destes conteúdos necessita de certos cuidados de modo que estes sejam “oportunos para os espectadores, que contemplam isto tudo diante da tela de um computador ou celular” (Belochio et al., 2018). Exemplos destes cuidados são: a utilização de planos que contenham “imagens que se mostrem de forma nítida em uma tela reduzida” e a “construção de uma narrativa que seja pensada em uma perspectiva de geração de possibilidade de interação por parte do público” (Belochio et al., 2018).

Com o jornalismo digital, estas empresas comunicam de forma “mais dialógica com o telespectador” (Spinelli, 2012). A componente interativa é talvez a componente mais distintiva do jornalismo audiovisual digital, pois permitiu “estreitar a relação com o telespectador”. Atualmente, através da *Internet*, é

possível ao espectador fazer comentários, participar em fóruns, enviar vídeos e contribuir com a produção das notícias (Spinelli, 2012).

O jornalismo audiovisual digital “atualiza” o telejornalismo e a sua linguagem audiovisual marcada pela “figura do apresentador (*talking head*) para construir a narrativa, a utilização de *offs*, as passagens com trechos de entrevistas e as imagens de cobertura”. A estes elementos a *web* acrescenta novas molduras: “botões, *links*, espaços para comentários e outros elementos ao redor do vídeo” (Saliba, 2016).

De facto, a produção de conteúdo de jornalismo audiovisual implica condicionantes diferentes das da produção do telejornalismo. A maior parte destas são colocadas em prática no processo de montagem. Aquela que é provavelmente a diferença mais óbvia entre os conteúdos televisivos do Porto Canal e os conteúdos realizados para as redes sociais é o *aspect ratio*.

Como podemos ver através do exemplo da Figura 67, os conteúdos televisivos encontram-se no *aspect ratio* de 16:9, enquanto o conteúdo digital (Figura 68) encontra-se em 9:16.



Figura 67 Frame de um conteúdo televisivo do Porto Canal.



Figura 68 Screenshot de um conteúdo publicado no Instagram do Porto Canal

A adoção por parte do Porto Canal do 9:16, deve-se a este ser o *aspect ratio* ideal para os *reels* do Instagram (devido ao facto de permitir um preenchimento total da tela de um *smarthphone* na vertical), sendo esta a única plataforma para a qual esta estação desenvolve conteúdos específicos, uma vez que os conteúdos publicados em *site*, Facebook e Dailymotion são transposições do conteúdo televisivo.

A conversão dos conteúdos para o formato 9:16 acontece no processo de montagem sempre que os conteúdos são filmados em 16:9. A adoção do 9:16 no vídeo final exige ao repórter de imagem uma série de cuidados com questões de enquadramento. É geralmente uma regra estes profissionais preferirem planos mais abertos ao invés de planos mais fechados, pelo facto deste *aspect ratio* só permitir a utilização de 1/3 do espaço horizontal de um plano filmado em 16:9. Uma forma de contornar este problema na fase de montagem consiste na utilização de *split screens* (Figura 69).



Figura 70 Exemplo de um *split screen* utilizado num reel publicado pelo Porto Canal

Outro aspeto que influencia bastante o jornalismo audiovisual digital é a interatividade. Como podemos ver pela Figura 67, existe uma espécie de

moldura que rodeia o conteúdo audiovisual. Existem as opções dos espectadores de meterem gosto, comentarem e partilharem. De facto, no contexto digital, neste caso no Instagram, o meio convida a que o espectador interaja com o conteúdo, ao contrário do papel mais passivo que o espectador tem com o jornalismo televisivo.

Este é um aspeto importante porque enquanto na televisão o sucesso de determinado programa é medido pelo número de audiências, o sucesso de determinado *post* é determinado pelo alcance e visualizações. De modo a determinado conteúdo chegar ao maior número possível de pessoas é necessário que o mesmo gere engajamento, ou seja, motive a interação do espectador.

Esta necessidade de engajamento talvez seja o motivo por que o formato *vox pop* funciona tão bem no contexto de redes sociais, dado que, parece-nos, o propósito deste formato não é tanto servir de representação fidedigna das opiniões dos espectadores sobre determinado tema, mas procurar quais são as opiniões que existem sobre algo e fazer com isso que o espectador fique a conhecer, idealmente, várias perspetivas sobre um assunto, refletindo sobre ele. Num contexto de redes sociais, este meio explicitamente convida o espectador a deixar a sua opinião na secção de comentários. Uma demonstração desse fenómeno é o facto dos *vox pops* serem os conteúdos que acabam por obter um maior número de comentários.

Como referimos, em termos técnicos, a parte mais desafiante da construção destes conteúdos é o processo de montagem. Normalmente, estes conteúdos são filmados, montados e publicados no mesmo dia. Embora em termos práticos não sejam conteúdos muito difíceis de montar, exigem uma atenta ponderação em termos de ordenação dos *talking heads*, de modo a, simultaneamente, prender a atenção do espectador e fazê-lo entender a temática do *vox pop* o mais rapidamente possível

Nesta fase do processo da realização destes conteúdos, existe, no departamento digital do Porto Canal, uma regra repetida a toda a hora: “começar com a boca mais forte”. O que isto significa é que os *reels* devem começar sempre com o *talking head* mais marcante. Por vezes, é marcante por ser polémico, outras é marcante por ser cómico, outras por motivos diversos.

Num *vox pop* filmado e montado por mim, no qual fui acompanhado pela jornalista Maria Abrantes, em que perguntávamos aos portuenses sobre a sua

opinião acerca dos resultados das eleições legislativas, grande parte do tempo de montagem foi passado entre mim, a jornalista e o coordenador João Gomes a discutirmos sobre qual seria “a boca mais forte”.

Neste trabalho, após eu editar uma primeira versão deste *vox pop*, houve uma discussão a propósito de qual deveria ser o primeiro *talking head* do vídeo. Duas opções foram ponderadas: a de um senhor que dizia que “a política é assim mesmo, não serve, bota-se fora” (Figura 70) e a de uma senhora idosa que demonstrava preocupação com as reformas (Figura 71).



Figura 71 Talking head do conteúdo PSD vai governar em minoria. O que pensam os portugueses?



Figura 72 Talking head do reel PSD vai governar em minoria. O que pensam os portugueses?

O *talking head* da Figura 70 tinha a vantagem de representar uma opinião mais inflamatória, ao dizer que era assim que a política funcionava e que se este governo que agora ia tomar posse “não se comportasse como deve ser” também deveria ser descartado. O *talking head* da Figura 71 também era interessante pois neste a senhora demonstrava preocupação com a possibilidade de cortes nas pensões como foram vividas durante o governo de Pedro Passos Coelho: “o pior é se ele vai fazer como o Passos Coelho fez, que nos tirou logo o “coisinho” da reforma” (*PSD vai governar em minoria. O que pensam os portugueses?* 2024). Esta intervenção por parte da senhora lembrava bastante as preocupações levantadas pelos pensionistas durante a campanha eleitoral face a Luís Montenegro (*Montenegro promete a reformadas que se demite se cortar um cêntimo nas pensões*, 2024).

Após bastante ponderação, o coordenador acabou por decidir começar o *vox pop* com o *talking head* da Figura 70, não necessariamente devido ao conteúdo deste, mas devido ao facto da roupa usada pela senhora na Figura 71 dificultar significativamente a leitura das legendas.

As legendas nestes conteúdos possibilitam ao espectador perceber o que está a ser dito mesmo que este tenha o seu dispositivo sem som ou em baixo volume. Sendo a legenda pouco legível no *talking head* em questão, este poderia fazer com que os espectadores que visualizassem o conteúdo nas circunstâncias acima mencionadas, desistissem de o fazer, e acabassem por não interagir com o vídeo, reduzindo assim a sua *performance*.

Apesar do conteúdo publicado no Instagram não ser diretamente monetizável, o alcance destes *reels* tem impacto sobre os rendimentos do Porto Canal. Os *posts* de Instagram são uma forma de divulgar as notícias que estão escritas em *site*. Quando alguém acede ao *site*, encontra anúncios dos patrocinadores desta estação, que pagam ao Porto Canal pela publicidade. Assim sendo, de um ponto de vista financeiro, é fundamental que os *posts* cheguem ao maior número possível de pessoas.

Por vezes, quando o coordenador João Gomes consegue antecipar, nos primeiros minutos após a publicação, que determinado conteúdo não está a ter o número de visualizações e engajamento previstos, este poderá ser removido e publicado novamente numa outra altura.

Um exemplo de um *reel* em que isto aconteceu consistia num *vox pop* filmado e montado por mim, realizado com a jornalista Maria Abrantes, em que esta perguntava aos portuenses se sabiam se os peixes ouvem.

O conteúdo foi postado e obteve poucas visualizações. O coordenador removeu o vídeo quando se apercebeu disto, e, embora achasse que teria sido devido a um erro da plataforma, pediu-me que fizesse algumas alterações na montagem do *reel*.

A primeira versão do vídeo começava com um plano de *stock footage* com o áudio da pergunta do *vox pop*, “Sabe dizer-me se os peixes ouvem?”, a este sucedia-se o *talking head* da “Tia Nanda da Sé”, uma comerciante bastante conhecida da Rua de Santa Catarina, que responde de forma cómica à questão: “Ai não! Atira um bocado de pão a ver se eles não vêm à tona” (*Não têm orelhas, mas será que os peixes ouvem?*, 2024).



Figura 73 *Talking Head* da Tia Nanda da Sé no reel "Não têm orelhas, mas será que os peixes ouvem".

Após está versão ter alcançado resultados pouco satisfatórios, o coordenador pediu-me que tirasse o *stock footage* e iniciasse o *reel* com o *talking head* da comerciante. Esta segunda versão foi publicada e obteve até à data 127 mil visualizações, o que é bastante positivo tendo em conta que os

conteúdos que foram publicados naquela altura obtinham cerca de 50 mil visualizações, como é possível ver pela Figura 73.

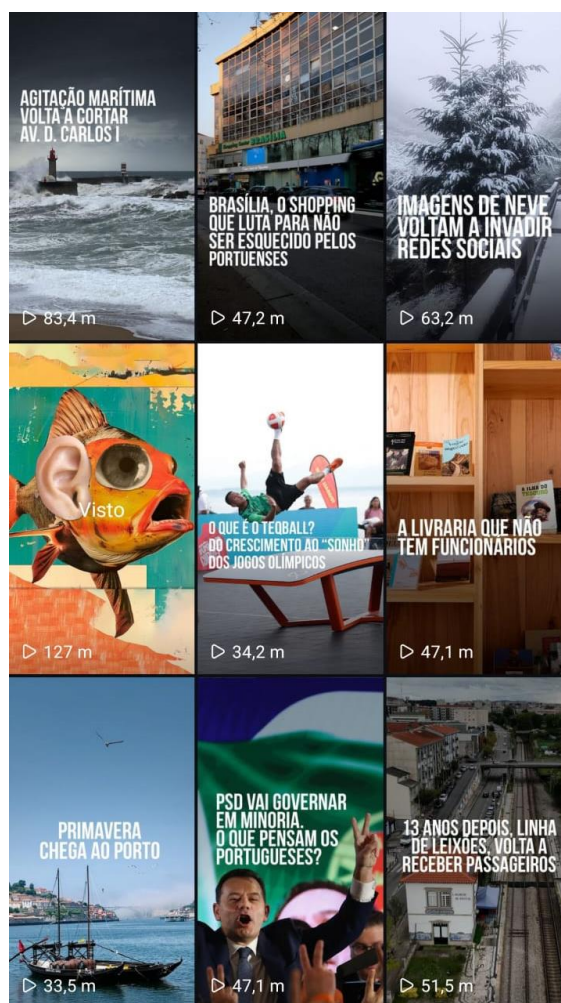


Figura 74 Imagem onde é possível consultar os conteúdos que saíram por volta da altura do vox pop em questão

Os primeiros segundos de uma peça são os mais importantes no que toca a prender a atenção do espectador, pelo que é importante que nestes ele consiga identificar o tema da notícia, algo que por vezes se torna desafiante para o montador. De modo a exemplificar as causas deste fenómeno, irei falar sobre o processo de montagem da peça acerca de Numeiro, um *influencer* controverso (*Megalomania, polémicas e milhares de seguidores. O percurso de Numeiro, “ícone de Barcelos”, até ao estrelato digital, 2024*).

O conteúdo sobre Numeiro foi da autoria da jornalista Maria Leonor Coelho. Eu comecei o processo de montagem no dia 29 de fevereiro e terminei no dia 10 de abril. Além deste *reel* de dois minutos, montei uma versão mais

longa de quinze minutos que seria postada em site. A versão de dois minutos acabou por ser publicada em agosto deste ano após o surgimento de um novo escândalo que envolveu o *influencer* barcelense num esquema de promoção de casinos ilegais.

Esta foi sem dúvida a peça mais difícil de montar que encontrei ao longo do estágio devido à quantidade de brutos que existia. Só em entrevistas tinham sido filmadas cerca de três horas. O primeiro passo foi começar a extrair das entrevistas os *talking heads*, os quais fui organizando em temáticas, sendo pretendido que a reportagem explorasse as origens barcelenses deste *influencer*, o seu percurso, a ascensão nas redes sociais e a controvérsia gerada por este.

O próximo passo foi tentar encontrar uma estrutura narrativa que permitisse conciliar as temáticas mencionadas anteriormente de forma coerente. Após rever várias vezes os brutos que tinha selecionado, encontrei o que considerei ser um início forte. O início da reportagem seria o percurso do Numeiro na garagem, até ao carro, em que em *off* ouvimos o *influencer* a descrever que sempre teve o sonho de ser milionário, mesmo quando não sabia o que isso era.

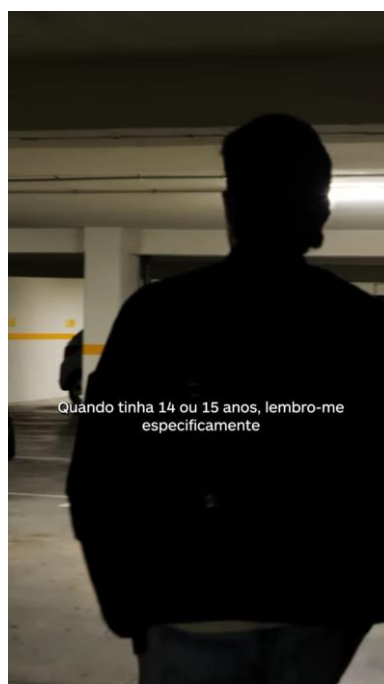


Figura 75 Frame da sequência inicial da peça sobre o *influencer* Numeiro



Figura 76 Frame da sequencia inicial da peça sobre o influencer Numeiro

Considerarei este um início forte devido à natureza cómica da declaração e por achar que é um bom resumo daquilo que é o conteúdo do Numeiro, que consiste ostentar a riqueza, os carros e o estilo de vida que o *influencer* vive no Dubai.

Apesar deste *reel* ter sido considerado por mim, pela jornalista e pelo coordenador como bem-sucedido, os comentários que ela recebeu quando foi publicada fizeram-me repensar se realmente foi. A quase totalidade destes acusava o Porto Canal de promover esta figura controversa e de apresentá-la como se fosse exemplar. Esta opinião generalizada sobre o conteúdo em questão está bastante longe da intenção original e do que eu tentei transmitir através da montagem.

O conteúdo pretendia servir para contextualizar quem é o Numeiro, enquanto figura polarizante das redes sociais, e não promover o seu estilo de vida e as suas opiniões enquanto ideias. Eu próprio que já tinha conhecimento deste *influencer*, sobre o qual tinha uma opinião já formada, apesar disso, procurei não deixar que esta tivesse impacto no processo de montagem. Poderia ter feito uma montagem em que tentasse representar o Numeiro da pior forma possível? Sim, podia, mas o produto final, para além de não ser ético, não seria

uma peça jornalística. No entanto, após ver os comentários que a publicação recebeu, admito que, embora acredite a peça não passe uma imagem forçosamente positiva deste *influecer*, a mesma possa ter falhado em comunicar a sua posição.

Em suma, o Porto Canal vive neste momento um período de convergência entre a componente televisiva e digital. O conteúdo criado para o Digital exige uma serie de preocupações para que seja oportuno para o espectador que o contempla perante uma tela de computador ou *smarthphone*. No caso do Porto Canal que desenvolve conteúdos audiovisuais para o Instagram, é preciso ter em conta o *aspect ratio* mais eficiente de 9:16 para os *reels*. Isso envolve atenção por parte do repórter de imagem no que toca a questões de enquadramento, o que o leva a evitar planos mais fechados. Uma forma de contornar esta questão de enquadramento no processo de montagem, é através do uso de *split screens*.

O conceito de interatividade é um aspeto fundamental do Digital, sendo que através da “moldura” que rodeia o conteúdo audiovisual, convida o espectador a interagir através de gostos, partilhas e comentários. Devido a esta possibilidade os conteúdos *vox pop* funcionam bastante bem neste contexto pois convidam o espectador a deixar a sua opinião na secção de comentários, interagindo assim com a publicação. No departamento digital desta entidade acolhedora, a montagem obedece à regra do “começar com a boca mais forte”, algo que potencializa o alcance e engajamento de um *post*. O digital permite a republicação e otimização de conteúdos face à resposta dos internautas ou falta desta, como foi o caso do *vox pop* sobre a audição dos peixes.

Nas redes sociais os primeiros segundos das peças são muito importantes para prender o espectador e contextualizá-lo sobre a temática da notícia. Por vezes, como foi o caso da peça realizado sobre o Numeiro, a montagem pode falhar em transmitir a natureza de uma notícia. Ao contrário da televisão cada reportagem recebe *feedback* quase instantâneo que permite aos seus criadores refletir sobre a sua eficácia.

3.2 Formatos e narrativas no Jornalismo Digital

Durante o estágio em questão, enquanto montador, tive de adaptar a montagem às convenções estéticas de diferentes formatos presentes no jornalismo digital e nas suas estruturas narrativas.

Nesta parte do relatório pretendo abordar as particularidades do processo de montagem referente a cada um dos formatos desenvolvidos no contexto deste estágio no departamento digital do Porto Canal: o falso direto, o *vox pop* e os diferentes tipos de reportagem em que trabalhei.

O falso direto é o formato que possui a menor complexidade no processo de filmagem e montagem. Este formato, que também existe no jornalismo televisivo, consiste, geralmente, num único plano e requer edição mínima. Como o próprio nome indica, o falso direto é filmado como um direto seria, a única diferença é que o vídeo não está a ser transmitido no momento. Existe a possibilidade de filmar mais que um *take* e geralmente existe edição para remover silêncio prolongado no início e no fim do vídeo.

No estágio tive a oportunidade de filmar um falso direto no final do jogo do Futebol Clube do Porto contra o Estrela da Amadora no dia 17 de fevereiro. Quando este jogo terminou, eu e a jornalista Maria Leonor Coelho dirigimo-nos ao relvado onde tivemos a oportunidade de filmar uma entrevista com o jogador do FC Porto, Alan Varela.

Este falso direto consistiu num único plano que contem narrativamente três momentos: abertura, entrevista e fecho. Na abertura (Figura 76) é pretendido que se mantenha o plano fixo na jornalista enquanto esta contextualiza o espectador sobre o resultado do jogo e apresenta o entrevistado. No momento da entrevista é pretendido do repórter de imagem que faça movimentos panorâmicos entre o entrevistador (Figura 77) e o entrevistado (Figura 78). No último momento, o fecho (Figura 79), a câmara regressa à jornalista, à semelhança da abertura; assim que esta termina, foi-me pedido que fizesse um movimento panorâmico para a direita (lado oposto de onde se encontrava o entrevistado), de modo a mostrar no estádio. Após o fim da filmagem removi silêncios do início e do fim do vídeo no CapCut e foi publicado em cerca de um minuto. Por norma, este processo é bastante simples para quem exerce a função de repórter de imagem e montador, embora admita que nesta

situação este foi dificultado, pois, devido ao barulho do estádio, era-me impossível ouvir o que a entrevistadora e o entrevistado diziam.



Figura 77 Frame da abertura do falso direto com Alan Varela



Figura 78 Frame da porção de entrevista do falso direto com Alan Varela



Figura 79 Frame da porção de entrevista do falso direto com Alan Varela



Figura 80 Frame do fecho do falso direto com Alan Varela

Outro formato explorado durante este estágio foi o *vox pop*, um formato que consiste em abordar “pessoas num local público, perguntando-lhes a sua

opinião sobre assuntos particulares” (Cambridge Dictionary). Este género audiovisual existe, além do jornalismo digital, no jornalismo televisivo e chegou até a ser explorado no cinema por Krzysztof Kieslowski na curta-metragem *Talking Heads* (1980).

Um exemplo de um *vox pop* no jornalismo televisivo português é a rubrica “Bom Português” da RTP 1. Em cada episódio, um repórter sai à rua pergunta aos portugueses questões (uma por episódio) de gramática e ortografia (Figura 80).



Figura 81 Frame da rúbrica Bom Português

Este é um formato bastante recorrente em televisão. O canal onde desenvolvi o estágio também tem programas de *vox pops*, sendo um deles “Será que Sabe? Falar à Norte”. Neste programa, é perguntado aos portuenses se conhecem o significado de várias expressões populares nortenhas.



Figura 82 Frame do programa Será que Sabe? Falar à Norte.

No cinema, o filme *Talking Heads* (Kieslowski, 1980) explora num formato bastante similar ao *vox pop*, ao questionar a pessoas de diferentes idades como estas encaram as seguintes questões: “quem são?” e “o que querem da vida?”.



Figura 83 Frame do filme *Talking Heads* (Kieslowski, 1980)

No estágio participei na montagem de vários *vox pops*. O processo de produção, no que toca a este tipo de conteúdos, acontece e termina geralmente no mesmo dia em que são filmados. O curto prazo que existe na produção destes vídeos deve-se ao facto de estes tratarem, muitas vezes, temas da atualidade, que geralmente são o assunto do dia em que são filmados. Deste modo, para que a relevância do tema em questão se mantenha, estes são publicados no próprio dia ou na manhã do dia a seguir. Era algo bastante comum eu fechar a montagem de uma destas peças, sair do local de trabalho e no caminho até casa abrir o Instagram e o conteúdo já estar publicado

Apesar de já ter referenciado neste relatório o caso de um *vox pop* filmado antes de um jogo do Futebol Clube do Porto que foi montado no CapCut, essa não é a norma. Todos os *vox pops* que eu montei foram trabalhados no software Adobe Premiere Pro, nos computadores disponíveis na redação.

Em termos de *Workflow*, o primeiro passo é transferir os brutos para uma pasta a que eu e o jornalista que desenvolveu a peça comigo tenhamos acesso. De seguida revejo os *talking heads* e agrupo as respostas no projeto por

opiniões. Exemplificando: imaginemos que o *vox pop* que estou a editar é sobre se as pessoas estão satisfeitas quanto a determinado transporte publico; eu agruparia na *timeline* os *talking heads* que estavam satisfeitos num grupo e os que estavam insatisfeitos num outro grupo.

O próximo passo é rever os grupos e excluir respostas redundantes, ou seja, respostas repetidas, na qual a argumentação é essencialmente a mesma. Neste processo de exclusão tenho preferência pelos *talking heads* que argumentam de forma mais clara e breve. Após este processo, tento criar a narrativa, normalmente começando por identificar qual é “a boca mais forte”.

Nesta fase tento fazer com que os *talking heads*, num sentido não figurativo, dialoguem entre si. Um exemplo que considero ser bem-sucedido desta tentativa acontece na publicação *PSD vai governar em minoria. O que pensam os portugueses?* (2024). Nesta crio uma espécie de diálogo entre os *talking heads* que mencionam explicitamente ou implicitamente o fascismo e a revolução do 25 de abril. Esta sequência inicia-se no vídeo com a afirmação de uma mulher que acredita que quem viveu em Portugal antes do 25 de abril, “não votou no Chega de certeza” (Figura 83). A este *talking head* associei outro que partilhava uma opinião semelhante, este dizia (quando perguntado sobre o Chega) que “partidos radicais (...) não me venham com isso (...) isso era na Alemanha no tempo do nazi” (Figura 84). A estes contraponho um senhor que afirma que “depois do 25 de abril só foi bom para alguns”, uma declaração que demonstra insatisfação com os governos de sucederam à ditadura em Portugal (Figura 85). Por fim, coloco um *talking head* de um homem que associa o crescimento do Chega ao desvirtuamento que tem sido feito do “espírito genuíno da democracia em Portugal” (Figura 86). Através deste subtema abordado por algumas pessoas foi possível construir esta espécie de diálogo entre vários intervenientes, onde são apresentadas diferentes perspetivas sobre o mesmo. Após criar uma ordem para o aparecimento dos *talking heads* e ter a narrativa fechada dentro do tempo medio estipulado de um minuto e trinta segundos, crio uma faixa de áudio continua de som ambiente de rua captado no local ou retirado da biblioteca de sons online BBC Rewind, de modo a suavizar os cortes.

Após ter esta versão fechada, mostro ao jornalista com quem colaborei e, de seguida, ao coordenador João Gomes para ter a sua aprovação. Faço as

alterações que eles sugerirem e procedo à correção de cor, legendagem e exportação. O processo de montagem de um *vox pop* que engloba todas as etapas mencionadas anteriormente demora, geralmente, um tempo médio de duas horas.



Figura 84 Frame do vox pop PSD vai govrnar em minoria. O que pensam os portugueses? (2024)



Figura 85 Frame do vox pop PSD vai governar em minoria. O que pensam os portugueses? (2024)



Figura 86 Frame do vox pop PSD vai governar em minoria. O que pensam os portugueses? (2024)



Figura 87 Frame do vox pop PSD vai governar em minoria. O que pensam os portugueses? (2024)

Quanto ao processo de montagem das reportagens, este varia consoante o subgénero deste formato. Um destes consistia em reportagens sem entrevistas ou *talking heads* de jornalistas. Neste caso, as informações são dadas através de grafismos sobrepostos as imagens.

Deste tipo de reportagens que o Porto Canal desenvolve, vou abordar o processo de montagem dois trabalhos com particularidades distintas: *Obras do Metrobus alteram a circulação automóvel junto à Casa da Música (2024)*; e *Bragança acorda pintada de branco*.

Normalmente estas reportagens seguem uma lógica bastante similar aos *vox pops* em termos de prazos. Estes conteúdos são bastante relacionados com assuntos quotidiano, por isso são publicados no mesmo dia em que foram filmados ou no dia a seguir.

O conteúdo *Obras do Metrobus alteram a circulação automóvel junto à Casa da Música (2024)* foi filmado por mim no dia 12 de fevereiro, sendo acompanhado do jornalista João Nogueira, que escreveu a notícia para o *site*. Ao regressarmos à redação, o jornalista disse-me as frases que devia colocar nos grafismos do vídeo e iniciei o processo de montagem.

No caso dos *vox pops*, a narrativa é construída através de ligações que consigo estabelecer entre o discurso dos *talking heads*; no caso destas reportagens a narrativa são as frases que me foram dadas pelo jornalista. A partir dessas frases escolho que planos e em que ordem utilizar. Por vezes a ligação entre a frase e a imagem é bastante literal, como é o caso das Figuras 88 e 89.



Figura 88 Frame da reportagem Obras do Metrobus alteram a circulação automóvel junto à Casa da Música (2024)



Figura 89 Frame da Reportagem Obras do Metrobus alteram a circulação junto à Casa da Música (2024).

Os planos representados nas imagens anteriores, que surgem acompanhadas do grafismo com a mensagem “Trânsito passa a ser desviado para a Rua de Agramonte”, consistem, na Figura 8, no sinal de trânsito que indica a obrigação dos condutores de efetuarem esse desvio e, na Figura 89, num plano da Rua Agramonte.

Por vezes estas conexões narrativas ente texto e imagens não são possíveis. Um destes casos é o conteúdo *Bragança acorda pintada de branco* (2024). Este foi montado recorrendo a vídeos disponíveis na página de Twitter Meteo Trás-os-Montes. O meu trabalho consistiu em, de forma rápida (pois pretendia-se que o vídeo fosse publicado ainda de manhã), compilar alguns vídeos desta conta, que já haviam sido descarregados pelo jornalista Alexandre Matos, e colocar as frases escritas por este jornalista. Nesta publicação a narrativa desenvolve-se através dos grafismos sobrepostos a vídeos amadores que internautas captaram do nevão (Figura 90).



Figura 90 Frame da publicação Bragança acorda pintada de branco

No caso de uma reportagem que possua um ou mais *talking heads*, geralmente não necessita dos grafismos mencionados anteriormente. Neste formato são os *talking heads* que conduzem a narrativa

O processo de montagem de uma destas reportagens geralmente inicia-se com a escolha dos excertos das entrevistas que se pretende utilizar, de seguida organiza-se estes excertos na ordem pretendida. Depois começa-se o que no departamento digital chamam informalmente de “pintar”.

O termo “pintar” é utilizado para referir a utilização de planos para complementar a informação dada pelos *talking heads* e para mascarar cortes bruscos que comprometam a continuidade do discurso. Esta expressão coloca a imagem num papel secundário face à informação. O objetivo da imagem na linguagem audiovisual jornalística é complementar a informação.

Uma destas reportagens que tive oportunidade de montar durante o estágio foi a *Aberta a todos, sem ninguém. A livraria de Ponte de Lima onde os livros são pagos na loja ao lado* (Abrantes, 2024). A reportagem foi feita pela jornalista Maria Abrantes com imagem da *freelancer* Ana Torres.

Esta reportagem já havia sido filmada antes de eu iniciar o estágio no Porto Canal e encontrava-se numa pasta denominada “Congelador”, onde são

colocadas as reportagens inacabadas do departamento. A ideia de eu recuperar esta peça partiu do coordenador João Gomes, que me atribuiu a tarefa.

Comecei por ver todos os vídeos gravados até me tornar familiar com eles. Ao contrário dos formatos mencionados anteriormente, este possuía um prazo muito mais flexível. Prova disso foi o facto de a montagem ter ficado fechada no dia 7 de fevereiro e o conteúdo ser publicado no dia 23 de março.

Inicialmente cortei e ordenei excertos da entrevista ao proprietário do espaço, Manuel Pimenta, de modo a estabelecer uma narrativa. A primeira parte consiste na elucidação do conceito de “livrearia” (a combinação da palavra “livre” com “livraria”). A segunda parte é a explicação do funcionamento do espaço e, por fim, a terceira aborda o feedback e a receção que o projeto tem recebido, onde o proprietário admite que existem pessoas que vêm a Ponte de Lima para “não só comerem serrabulho”, mas também comprarem um livro.

Quando estabeleço a narrativa através dos *talking heads*, procedo de seguida ao tal processo de “pintar” a informação. O uso dos planos do interior e exterior da Livrearia captados pela Ana Torres, permite ao espectador, não só familiarizar-se com a ideia do espaço através do *talking heads*, mas também com o próprio espaço em si.

Quando termino o processo de “pintar”, faço uma mixagem do som e suavizo os cortes com fades e automações de volume. Utilizo também neste vídeo a música *In a sentimental mood*, de Duke Ellington & John Coltrane.

Após a aprovação por parte da jornalista Maria Abrantes e coordenador João Gomes, procedi à correção de cor, legendagem e exportação.



Figura 91 Frame do talking head de Manuel Pimenta, proprietário da Livraria

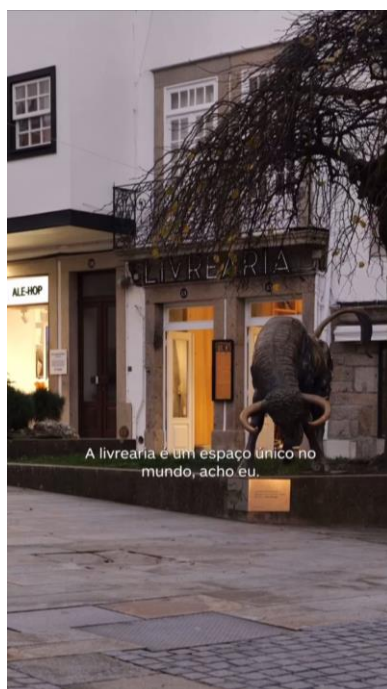


Figura 92 Frame de um plano do exterior da Livraria



Figura 93 Frame de um plano do interior da Livraria

Embora na maior parte das reportagens a imagem assuma um papel secundário face à informação transmitida através de grafismos ou através das palavras dos *talking heads*, existe uma reportagem na qual trabalhei que acredito ser a exceção a esta regra. Trata-se do vídeo filmado pelo jornalista Francisco Graça, *Uma viagem a bordo do Celta, o comboio que liga Porto e Galiza* (2024).

Comecei a montagem deste conteúdo que havia sido filmado em novembro de 2023, no dia 26 de fevereiro. O jornalista Francisco Graça havia saído do Porto Canal algumas semanas antes, o que levou o coordenador João Gomes a verificar os trabalhos que haviam sido deixados pendentes. Pediu-me que editasse este vídeo sobre a Linha Celta devido à qualidade das imagens que haviam sido captadas.

Ao ver os brutos da reportagem, apercebi-me que as imagens obtidas eram de facto bastante interessantes. No entanto, o mesmo não podia ser dito do conteúdo das entrevistas realizadas. Percebi que para otimizar o potencial da peça deveria priorizar uma narrativa mais visual, ao invés de depender das informações dadas pelos *talking heads*.

Ao invés de iniciar o processo de montagem pelos *talking heads* e depois utilizar os planos para “pintar”, comecei a tentar construir uma narrativa com os dois em simultâneo. Tive a ideia de estruturar o conteúdo como uma viagem de comboio, da Estação da Campanhã até Vigo, e nesta viagem utilizaria apenas o áudio dos *talking heads* para que as pessoas conhecessem as histórias de alguns passageiros, como se os estivessem a encontrar durante a viagem.

O *reel* inicia-se na Estação da Campanhã, na qual vemos passageiros a embarcar no comboio. Ao longo da viagem vemos planos das paisagens através das janelas e do interior das carruagens, enquanto ouvimos os testemunhos dos passageiros desta linha e vemos os seus rostos durante breves momentos. O *reel* termina em Vigo onde vemos planos da cidade. No último plano o maquinista sai do comboio e acena adeus à câmara.

Em termos sonoros usei *foley* de sons de comboio em movimento tirados da biblioteca online BBC Rewind, misturados com sons captados durante as filmagens. O vídeo contava com uma música ambiente, que foi removida numa fase mais avançada do processo de montagem.



Figura 94 Frame do reel Uma viagem a bordo do Celta, o comboio que liga Porto e Galiza (2024)



Figura 95 Frame do reel Uma viagem a bordo do Celta, o comboio que liga Porto e Galiza (2024)



Figura 96 Frame do reel Uma viagem a bordo do Celta, o comboio que liga o Porto e Galiza (2024)



Figura 97 Frame do reel Uma viagem a bordo do Celta, o comboio que liga Porto e Galiza (2024)

Sumarizando, com base na minha experiência de estágio, é possível observar que, geralmente, a imagem possui um papel secundário na narrativa dos formatos abordados, face à informação transmitida através de grafismos e de *talking heads*.

O *workflow* na construção destes conteúdos varia consoante as exigências específicas de cada formato. Os falsos diretos são editados no software Capcut de modo a poderem ser publicados o mais rapidamente possível. Este formato exige uma montagem mínima, devido ao facto de ser constituído por um único plano, que consiste, na maior parte dos casos, no corte de silêncios prolongados no início e final do vídeo. Os *vox pop*, por outro lado, necessitam que a montagem fique fechada no mesmo dia em que o conteúdo foi filmado devido ao facto de tratarem os assuntos do dia, acabando por ser publicados no próprio ou no seguinte. A narrativa destes conteúdos é construída através dos diálogos que podem ser criados entre os *talking heads*, permitindo assim a exibição de diferentes perspetivas e opiniões sobre determinado tema.

Quanto aos tipos de reportagens, as que não possuem *talking heads* são bastante similares aos *vox pops* em termos de prazos. O ponto de partida do processo de montagem destes conteúdos são as frases dadas pelo jornalista responsável pela peça, sendo estas que ditam a narrativa do conteúdo. Embora não seja sempre possível conjugar os grafismos com planos que se relacionem diretamente ao seu conteúdo, o objetivo deste tipo de montagem é criar ligações diretas entre os dois elementos. Nas reportagens em que existem *talking heads*, a narrativa é construída através da extração de excertos destes, que viabilizam a mesma. Por fim, habitualmente, utilizam-se as imagens meramente para “pintar” (termo utilizado no departamento digital do Porto Canal). No caso da reportagem sobre a Livraria de Ponte de Lima, por exemplo, a imagem permite ao espectador, para além de ser informado sobre o espaço, também o poder visualizar. Embora este seja o procedimento mais comum, subjugando a imagem à informação, pude a Linha Celta que a narrativa audiovisual do jornalismo pode ter como elemento principal a imagem.

Conclusão

A minha experiência enquanto estudante de Cinema na criação de conteúdo audiovisual no departamento digital do Porto Canal permitiu-me retirar algumas conclusões acerca de aspetos como a relação entre as áreas do cinema e do jornalismo, a função do repórter de imagem no jornalismo digital e a recurso da montagem neste contexto.

No primeiro capítulo ficou evidenciado que o cinema e o jornalismo estão historicamente conectados de diversos modos, mas em particular de uma forma muito específica, o cinejornal, um género de cinema de que possuía uma linguagem audiovisual marcada pelo uso de narração, imagens de arquivo, planos de manchetes de jornais, separadores de texto e gráficos de mapas. Apesar de usualmente se considerar que o cinejornal desapareceu na década de sessenta, ainda existem, na atualidade, cineastas que utilizam um estilo remanescente do cinejornal, do qual é exemplo Michael Moore no filme *Fahrenheit 9/11* (2004). Adicionalmente, é comum o cinema de ficção conter segmentos que utilizam a linguagem audiovisual do jornalismo televisivo. Esta prática é um motivo formal e narrativo recorrente em filmes de género, como é o caso de *The Night of the Living Dead* (Romero, 1968), *[REC]* (Balgueró & Plaza, 2007), *2012* (Emmerich, 2009) e *World War Z* (Foster, 2013).

Em termos de representação da figura do jornalista no cinema de ficção, podemos considerar que esta é recorrente, mas também, e sobretudo, que o cinema tem sobre ela uma dupla posição, que, por um lado, reconhece a sua importância para democracia, como em *The Man Who Shot Liberty Vengeance* (Ford, 1962), e, por outro, denuncia o seu sensacionalismo com personagens estereotipados de jornalistas de tabloides como em *Red Dragon* (Ratner, 2002). Também em volta desta temática, podemos constatar que o cinema levanta, em *Citizen Kane* (Welles, 1951), questões sobre a manipulação dos media pelos seus proprietários; em *Nightcrawler* (Gilroy, 2014), preocupações sobre a ética da imagem no contexto do jornalismo televisivo; e perguntas sobre o conceito de *infotainment* em *Network* (Lumet, 1976). Deste modo, podemos verificar que o cinema e o jornalismo mantêm uma conexão história, sendo que onde este meio artístico continua a referenciar a linguagem audiovisual do jornalismo televisivo

e a incluir jornalistas nas suas narrativas, refletindo assim sobre o papel do Quarto Poder na sociedade.

No segundo capítulo posso testemunhar que, com base na minha experiência de estágio, o trabalho do repórter de imagem possui uma rotina bastante similar de dia para dia. O dia começa com a consulta da agenda e a preparação do material necessário (tendo sempre em conta as exigências de cada trabalho). Este material consiste, para trabalhos fotográficos, unicamente numa das câmaras disponíveis no Porto Canal. Em termos de material para captação de vídeo, optava pela escolha de material mais tradicional (câmara, transmissor áudio, microfone, tripé e uma luz) ou o *kit mobile* (iPhone, transmissor de áudio e *gimbal*). A utilização do *kit mobile* é motivada por situações em que o trabalho tem de ser filmado e ditado num curto espaço de tempo, enquanto um conteúdo filmado com uma câmara, normalmente, não requer a gravação de um grande número de planos num curto espaço de tempo. A imprevisibilidade é uma condicionante com a qual o repórter de imagem tem de saber lidar de modo a captar imagens relevantes. Além disso, há cuidados éticos ao fotografar/filmar pessoas sem permissão, mantendo uma abordagem discreta para captar reações espontâneas.

Em relação à criação de conteúdo audiovisual, no contexto do Porto Canal, o jornalista e o repórter de imagem trabalham em conjunto. O jornalista é responsável pela pré-produção, como a conceção da ideia para determinado conteúdo, bem como a investigação e a apresentação da ideia aos coordenadores. O repórter de imagem entra na fase de filmagem da peça, onde deve adaptar-se às particularidades do estilo de trabalho de cada jornalista. Dependendo do profissional em questão, estes vão tendo uma intervenção maior ou menor durante o processo de filmagem, embora na maior parte dos casos estes conduzam as entrevistas, sugiram planos e chamem a atenção para imagens que tenham necessariamente de ser filmadas, de modo a passar determinada informação. O jornalista coordena também o processo de montagem, embora se trate na maior parte dos casos de um acompanhamento que é feito, pode dizer-se, em alguns casos, da existência de uma montagem colaborativa. Posso então concluir, sobre estas temáticas que a rotina do repórter de imagem, no Porto Canal, é marcada por uma adaptação constante a condicionantes próprias desta função, como a imprevisibilidade e questões

éticas, assim como ao método de trabalho do jornalista com quem colabora no processo de filmagem destas peças.

Por fim, no terceiro capítulo, é possível concluir que o processo de montagem acontece no contexto da convergência entre a programação televisiva e digital. A produção digital exige ajustamentos, como o uso do *aspect ratio* 9:16 para *reels*, o que requer do repórter de imagem preocupações com o enquadramento destes conteúdos que são filmados em 16:9, questão que pode ser contornada através do uso de *split screens*. Para otimizar o engajamento, o canal adota estratégias como começar vídeos com o *talking head* mais impactante de modo a incentivar a interatividade por meio de gostos, comentários e compartilhamentos. A capacidade de obter *feedback* quase instantâneo permite ajustar e otimizar o conteúdo em peças que não tiveram o resultado esperado, possibilitando também refletir conteúdos futuros através da eficácia da abordagem em determinada peça.

O *workflow* no processo de montagem varia consoante o formato de jornalismo digital em questão. Os falsos diretos exigem edição rápida no Capcut, ao contrário da maioria dos outros conteúdos que são montados no Adobe Premiere Pro. Os *vox pops* requerem uma montagem rápida que visa a sua finalização no próprio dia em que são filmados, devido à sua relevância imediata. Estes possuem uma narrativa frequentemente construída em torno de diálogos que o montador tenta estabelecer entre os vários *talking heads*. As reportagens que não possuem *talking heads* são bastante similares aos *vox pops* em termos de prazos, enquanto a sua narrativa é evidenciada através de grafismos definidos pelo jornalista responsável pela peça. Nas reportagens em que existem *talking heads*, a narrativa é usualmente construída através da organização dos mesmos, utilizando-se planos para “pintar” e complementar as informações. É possível então deduzir que o processo de montagem de conteúdos para o jornalismo digital, no Porto Canal, exige cuidados adicionais face ao jornalismo televisivo e o *Workflow* não é constante pois varia consoante o formato jornalístico em questão.

Considero que o estágio realizado no Porto Canal foi muito bem-sucedido. Esta entidade, que se revelou bastante acolhedora, atribuiu-me um grau de confiança e responsabilidade que me permitiu explorar e testar em profundidade as componentes de imagem e montagem no jornalismo digital.

Para além de ter oportunidade de aprimorar, na prática, os meus conhecimentos nestas áreas, permitiu-me ter uma maior compreensão da produção de conteúdo audiovisual no contexto do jornalismo digital, percebendo como este alterou a interação entre empresa e consumidor da forma como nenhum meio prévio de jornalismo audiovisual conseguiu, ao permitir: alcance a um público mais abrangente; a possibilidade de obter feedback instantâneo por parte do espectador; e permitir que este aceda aos conteúdos em qualquer altura.

Atualmente está a acontecer, em plataformas como o Instagram e o TikTok, um processo de desenvolvimento de uma linguagem audiovisual própria distinta dos outros formatos de jornalismo audiovisual. Esta carece de literatura atualizada, sendo está muitas vezes focada em conteúdo transposto da televisão para o digital e não de conteúdo criado para o digital, algo que dificultou significativamente o processo de investigação na escrita deste relatório.

Bibliografia

- Abrantes, M. (2024, março 24). *Aberta a todos, sem ninguém. A livraria de Ponte de Lima onde os livros são pagos na loja ao lado*. Porto Canal. <https://portocanal.sapo.pt/noticia/345881/>
- _____. (2024, março 15). "Chuva forte" faz derrapar prazo de execução de obra em Arca d'Água. Porto Canal. <https://portocanal.sapo.pt/noticia/349549/>
- Albuquerque, A. (2009). *As Três faces do Quarto Poder*. Compós. https://tracc-ufba.com.br/wp-content/uploads/2016/10/ALBUQUERQUE_quarto-poder.pdf
- Almeida, F. (2006). *Os Gatos*. Editora Ulisseia.
- Avó Lina tem 76 anos e realizou o sonho de uma vida no Estádio do Dragão*. (2024, fevereiro 5). Porto Canal. <https://portocanal.sapo.pt/noticia/345716>
- Belochio, V.; Negrini, M. & Roos, R. (2018). *Jornalismo Audiovisual na Web: perspectivas e reflexões*. SBPJor – Associação Brasileira de Pesquisadores em Jornalismo.
- Benjamim, P. (2024, fevereiro 26). Compradores no Edifício Bonjardim, no 'coração' do Porto, são maioritariamente europeus, norte-americanos e israelitas. Porto Canal. <https://portocanal.sapo.pt/noticia/346915/>
- Canavilhas, J. (2003). *Webjornalismo: considerações gerais sobre jornalismo na web*. In. *Informação e Comunicação Online: Jornalismo Online*, 63-73. Covilhã: Livros Labcom.
- Carlyle, T. (1866). *On Heroes, Hero-Worship and the Heroic in History*. New York: John Wiley & Son.
- Carter, K. (1993, março 26). *The Vulture and the Little Girl*. The New York Times.
- Clark, J. (2015). "Public Forum of the Screen": *Modernity, Mobility, and Debate at the Newsreel Cinema*. In Hill, J. & Vanessa R. Schwartz (Eds.), *Getting the picture: The Visual Culture of the News*.
- Coelho, M.L. (2024, abril 7). "É um dos melhores segredos da cidade do Porto". Palacete Pinto Leite, um tesouro escondido na Invicta. Porto Canal. <https://portocanal.sapo.pt/noticia/349188/>
- Conway, M. (2015). "See it Now": *Television News*. In Hill, J. & Vanessa R. Schwartz (Eds.), *Getting the picture: The Visual Culture of the News*.
- Clark, J. (2015). "Public Forum of the Screen": *Modernity, Mobility, and*

Debate at the Newsreel Cinema. In Hill, J. & Vanessa R. Schwartz (Eds.), *Getting the picture: The Visual Culture of the News*.

Cunha, C. & Gomes, A. F. (2024, fevereiro 13). Humidade e caracóis, os inquilinos indesejados da casa camarária de Dona Emília. Porto Canal. <https://portocanal.sapo.pt/noticia/346167/>

Cunha, C & Nogueira, J. (2024, março 9). A “aldeia” do Bolhão é agora uma cidade – reportagem no Mercado. Porto Canal. <https://portocanal.sapo.pt/noticia/347651>

_____.(2024, fevereiro 29). “Volta Bolhão antigo”. Comerciantes recordam com saudade alma do velho mercado. Porto Canal. <https://portocanal.sapo.pt/noticia/347132>

De Castro. L.M. (2013). *Especiais Multimédias: Inovação no Jornalismo Audiovisual*. Universidade Federal do Rio de Janeiro

De Sousa, M.C.H. (2021). *Fotografias Vencedoras do Pulitzer na Categoria Breaking News: Uma Análise do Fotojornalismo Digital*. Universidade Federal do Ceara.

Dunlap, O. E. (1948). *Understanding Television: What It Is and How It Works*. Greenburg.

Esperam-se mais 45 mil casas em Porto, Gaia e Matosinhos até 2030. (2024, março 13). Porto Canal. <https://portocanal.sapo.pt/noticia/347905/>

Eu queria ver o FC Porto a jogar, era o meu sonho . (2024, fevereiro 6). Porto Canal. <https://portocanal.sapo.pt/noticia/345793/>

Gebner,J.(1998). *Análise de Cultivo: Uma Visão Geral*”. Comunicação de Massa e Sociedade, vol.1. <https://doi.org/10.1080/15205436.1998.9677855>

Giles. D. (2010). *Psicologia da Mídia*. Palgrave Macmillian, 2010.

Gomes, A.F. (2024, janeiro 29). Para sempre, para nunca mais. 18 anos depois, Porto aprova Rua Gisberta. Porto Canal. <https://portocanal.sapo.pt/noticia/345379>

Héctor Herrera: “Os seis anos no FC Porto foram os melhores da minha vida”. (2024, fevereiro 4). Porto Canal. <https://portocanal.sapo.pt/noticia/345678>

Herman.E.S & Chomsky.N.(1988). *Manufacturing Consent: The Political Economy of the Mass Media*. Pantheon Books.

- Jackson, M. (1885). *The Pictorial Press: It's Origin and Progress*. Hurst and Blackett.
- Janeiras arrancam sorrisos a idosos isolados em Amarante*. (2024, 24 de janeiro). Porto Canal. <https://portocanal.sapo.pt/noticia/345126>
- Kobré. K. (2024). Video Journalism.
- Lopes, F. (2024, março 23). *O que é o Teqball? Do crescimento em Portugal ao sonho dos Jogos Olímpicos*. Porto Canal. <https://portocanal.sapo.pt/noticia/348469>
- _____. (2024, janeiro 27). *De Gondomar para o deserto do Saara. Lucia e Sofia embarcam num 'Dakar' solidário por Marrocos – num Peugeot de 92* <https://portocanal.sapo.pt/noticia/345300/>
- McNair. B. (2010). *Journalists in Film: Heroes and Villans*. Edinburgh University Press.
- Megalomania, polémicas e milhares de seguidores. O percurso de Numeiro, “ícone de Barcelos”, até ao estrelato digital*. (2024, Agosto 15). Porto Canal. <https://portocanal.sapo.pt/noticia/354695/>
- Montenegro promete a reformadas que se demite se cortar um cêntimo nas pensões*. (2024, fevereiro 27). Diário de Notícias. <https://www.dn.pt/1718870613/montenegro-promete-a-reformadas-que-se-demite-se-cortar-um-centimo-nas-pensoes/>
- Não têm orelhas, mas será que os peixes ouvem?*. (2024, março 19). Porto Canal. <https://portocanal.sapo.pt/noticia/348224/>
- Nogueira, J. (2024, abril 20). *Neonia: o novo museu interativo e néon que ilumina a história do Porto*. Porto Canal. <https://portocanal.sapo.pt/noticia/349822>
- Nogueira, J. & Silva, H. (2024, janeiro 15). *Antigo Terminal do Campo 24 de Agosto abandonado e ocupado por sem-abrigo*. Porto Canal. <https://portocanal.sapo.pt/noticia/344438/>
- Nowell-Smith, G. (2017). *The History of Cinema: A Very Short Introduction*. Oxford University Press.
- Obras do Metrobus alteram a circulação automóvel junto à Casa da Música*. (2024, fevereiro 7). Porto Canal. <https://portocanal.sapo.pt/noticia/345820>
- Oliver, J.A. (2017). *The Pamphleteers: The Birth of Journalism, Emergence of the Press & the Fourth Estate*. Information Architects.

O que é ser “cool”? Há uma rua no Porto que pode exemplificar. (2024, 15 de março). Porto Canal. <https://portocanal.sapo.pt/noticia/348034~>

Porto Canal (n.d.). *Estatuto Editorial*. https://portocanal.sapo.pt/estatuto_editorial
Porto Canal [@porto.canal].(2024, março 8). Bragança acorda pintada de branco. [Vídeo]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/C4P-PNVm3Lf/?igsh=MXhienVzMHB5ZjZobg==>

_____.(2024, fevereiro 17). “*Fizemos um bom jogo*”, considera Alan Varela, em declarações ao Porto Canal [Vídeo]. Instagram. <https://www.instagram.com/reel/C3d0p4rMW15/?igsh=MWh2ZWllaWpjNGM3aA==>

PSD vai governar em minoria. O que pensam os portugueses?. (2024, março 21). Porto Canal. <https://portocanal.sapo.pt/noticia/348344>

Raymond, F. *The American Newsreel 1911- 1967*. University of Oklahoma Press.

Roos.R., Negrini.M. & Belochio.V. (2018). *Jornalismo Audiovisual na Web: perspectivas e reflexões*. https://www.academia.edu/65368804/Jornalismo_Audiovisual_na_Web_perspectivas_e_reflex%C3%B5es

Saliba, R. (2016). *A Construção do Jornalismo Audiovisual na Web: Um olhar sobre o New York Times e o Buzzfeed*. Universidade do Vale do Rio dos Sinos. http://repositorio.jesuita.org.br/bitstream/handle/UNISINOS/5443/Raquel%20Saliba_.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Sindicato dos jornalistas (1993). Código Deontológico dos Jornalistas. <https://www.erc.pt/documentos/legislacaosite/CodigoDeontologicodoJornalista.pdf>

Sousa, J.P. (1998). *Uma História Crítica do Fotojornalismo Ocidental*. Porto.

Spinelli.E.M. (2012). *Jornalismo audiovisual: gêneros e formatos na televisão e internet*. Revista AlterJor. https://www.academia.edu/81158766/Jornalismo_audiovisual_g%C3%AAneros_e_formatos_na_televis%C3%A3o_e_Internet?rhid=29028433293&swp=rr-rw-wc-65368804

Tucker; J. “*Famished for News Pictures*”: Mason Jackson, *The Illustrated London News and the Pictorial Spirit*. In Hill.J. & Vanessa R. Schwartz (Eds.), *Getting the picture: The Visual Culture of the News*.

Uma viagem a bordo do Celta, o comboio que liga Porto e Galiza (2024, março 18).
Porto Canal. <https://portocanal.sapo.pt/noticia/348141/>

Filmografia:

Balagueró, J. & Plaza, P. (2007). *[Rec]*. Castelao Producciones; Filmax; Instituto de la Cinematografía y de las Artes Audiovisuales (ICAA); Instituto de Crédito Oficial (ICO); ICF Institut Català de Finances.

Bonine, R.K. (1906). *Earthquake Ruins, New Majestic Theatre and City Hall*.
Edison Manufacturing Company.

Craven, W. (1996). *Scream*. Dimension Films; Woods Entertainment.

Donner, R. (1978). *Superman*. Dovemead Films; Film Export A.G; Internation Film Productions.

Frankel, D. (2008). *Marley & Me*. Fox 2000 Pictures; New Regency Productions; Sunswep Entertainment; Dune Entertainment III.

Ford, J. (1962). *The Man Who Shot Liberty Valance*. John Ford Productions.

Forster, M. (2013). *World War Z*. Paramount Pictures; Skydance Media; Hemisphere Media Capital; GK Films; Plan B Entertainment; 2Dux2; Apparatus Productions.

Gilroy, D. (2014). *Nightcrawler*. Bold Films.

Glenn, J. (1938). *Inside Nazi Germany*. The March og Time.

Lumet, S. (1976). *Network*. Metro-Goldwyn-Mayer (MGM).

Lumière, L. (1895) *La Sortie de l'Usine Lumière à Lyon*. Lumière.

_____. (1895) *Les Forgerons*. Lumière.

_____. (1895) *Le débarquement du congès de photographie à Lyon*. Lumière.

Moore, M. (2004). *Fahrenheit 9/11*. Fellowship Adventure Group; Dog Eat Dog Films.

Ratner, B. (2002). *Red Dragon*. Universal Pictures; Dino De Laurentiis Company; Metro-Goldwyn-Mayer (MGM); Mikona Productions.

Romero, G. (1978). *Dawn of The Dead*. Laurel Group; Dawn Associates.

_____. (1968). *The Night of the Living Dead*. Image Tem.

Sant, G.V. (1995). *To Die For*. Columbia Pictures; Laura Ziskin Productions; The Rank Organisation.

Silver, S. (2010). *The Bang Bang Club*. Foundry Films; Instictive Film; Out of Africa Entertainment; The Harold Greenberg Fund.

Kieslowski, K. (1980). *Talking Heads*. Wytwórnia Filmów Dokumentalnych i Fabularnych.

Welles, O. (1941). *Citizen Kane*. RKO Radio Pictures & Mercury Pictures.