

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

As Fontes de Informação Televisivas: O Caso do Porto Canal

Relatório de Estágio em Mestrado em Ciências da Comunicação
especialização em Jornalismo

Ana Isabel Leite Silva

Orientador: Professora Dra. Inês Mendes Moreira Aroso



Vila Real, 2013

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

As Fontes de Informação Televisivas: O Caso do Porto Canal

Relatório de Estágio em Mestrado em Ciências da Comunicação
especialização em Jornalismo

Ana Isabel Leite Silva

Orientador: Professora Dra. Inês Mendes Moreira Aroso



Vila Real, 2013

Este relatório de estágio foi elaborado com vista à obtenção do grau de
Mestre em Ciências da Comunicação na área de Jornalismo.

Agradecimentos

Qualquer trabalho que realizamos, seja ele de que cariz for, nunca o realizamos sozinhos. Existe sempre alguém que direta ou indiretamente nos ajuda e que contribui para nosso sucesso. Deste modo expresso aqui o meu agradecimento a todas as pessoas que contribuíram para o meu crescimento pessoal e profissional, e na minha aprendizagem ao longo deste caminho. Assim sendo, o meu especial agradecimento a todas as pessoas que me acompanharam ao longo desta caminhada.

À minha orientadora de estágio televisivo, Vanda Balieiro pelo apoio e pelos conhecimentos transmitido durante o estágio.

Aos produtores do Porto Canal, à Sara Barbosa, que me ajudou ao longo do estágio tanto a nível pessoal como profissional e à Milene Fernandes pelo apoio dado. Às jornalistas Alexandra Martins, Eduarda Pires e Vânia Correia, pela paciência que tiveram em me ajudar e pela partilha de conhecimentos.

Ao meu orientador de estágio radiofónico, Luís Mendonça e as minhas companheiras Elsa Nibra e Vânia Ribas, pelos momentos radiofónicos que tivemos.

Aos meus professores que contribuíram para a minha formação, principalmente, à minha professora Inês Aroso que sempre me apoiou e acreditou nas minhas capacidades como futura profissional na área de jornalismo, que me ensinou e motivou para que esta última etapa da caminhada se tornasse mais fácil.

Aos jornalistas que se disponibilizaram a responder à entrevista para que este relatório pudesse ser realizado.

Ao Pedro Panoias, pelo apoio dado ao longo deste percurso, pela amizade, pela compreensão, pelas conversas e por todos os momentos que tivemos que me fizeram crescer como pessoa.

E um especial agradecimento à minha família que sempre me apoiou em todas as minhas decisões e em todos os momentos. Aos meus pais que estiveram sempre do meu lado em todas as situações e nas decisões que tomei ao longo da minha vida. À minha irmã que me aturou durante três meses inteiros no Porto, pela paciência e compreensão, e principalmente pelo apoio dado ao longo desse tempo.

Sumário

Índice de Figuras	Pág. 9
Índice de Gráficos	Pág. 9
Resumo	Pág. 11
<i>Abstract</i>	Pág. 11
Introdução	Pág. 15
Capítulo I – Teórica: Rádio, Televisão e Fontes de Informação	
1.1 A história da Rádio	Pág. 21
1.1.1 A Rádio no Mundo	Pág. 22
1.1.2 A Rádio em Portugal	Pág. 25
1.2 A História da Televisão	Pág. 32
1.2.1 A Televisão no Mundo	Pág. 33
1.2.2 A Televisão em Portugal	Pág. 34
1.3 Fontes de Informação	Pág. 42
1.3.1 O que é uma fonte de informação?	Pág. 43
1.3.2 Classificação de Fontes de Informação	Pág. 44
1.3.3 Relação entre jornalistas e fontes de informação	Pág. 50
1.3.3.1 Fonte de informação, jornalistas e o regional	Pág. 56
Capítulo II – Entidades Acolhedoras e Atividades	
2.1 Apresentação da entidade acolhedora: Porto Canal	Pág. 61
2.1.1 Descrição do local específico de estágio: Produção	Pág. 63
2.1.2 Esquema hierárquico do Porto Canal	Pág. 64
2.2 Apresentação das Atividades	Pág. 65
2.2.1 Rondas	Pág. 65
2.2.2 <i>Push-ups</i>	Pág. 65
2.2.3 Teleponto	Pág. 66
2.2.4 Agenda	Pág. 66
2.2.5 Contactos	Pág. 67
2.2.6 Dossiers	Pág. 67
2.2.7 Receção de convidados	Pág. 67
2.2.8 Preparação do estúdio	Pág. 67
2.2.9 Conhecimento de situações	Pág. 68
2.2.10 Colocação de peças e confirmação de convidados	Pág. 68

2.2.11 Lista de convidados	Pág. 68
2.2.12 Arquivo de peças	Pág. 69
2.2.13 Saída para o terreno	Pág. 69
2.3 Apresentação da entidade acolhedora: Universidade FM	Pág. 70
2.3.1 Apresentação dos Programas	Pág. 74
2.3.2 Esquema hierárquico da Universidade FM	Pág. 75
2.4 Apresentação das Atividades	Pág. 76
2.4.1 Elaboração do Alinhamento	Pág. 76
2.4.2 Contactos	Pág. 76
2.4.3 Gravação e Edição	Pág. 76
Capítulo III – Prática: Fontes de Informação numa Televisão Nacional	
– Porto Canal	
3.1 Metodologia	Pág. 81
3.2 Tipologia das fontes de informação	Pág. 83
3.3 Forma de contacto com a fonte de informação	Pág. 87
3.4 Temas abordados	Pág. 88
3.5 Caracterização das fontes de informação	Pág. 89
3.6 Aceitação ou Recusa de reportagem	Pág. 90
3.7 Interpretação dos dados	Pág. 92
Conclusão	Pág. 95
Bibliografia	Pág. 99
Anexos	Pág. 102

Índice de figuras

Figura 1: Organigrama do Porto Canal	Pág. 66
Figura 2: Organigrama da Universidade FM	Pág. 77

Índice de Gráficos

Gráfico 1: Categoria das fontes de informação	Pág. 83
Gráfico 2: Grupo das fontes de informação	Pág. 84
Gráfico 3: Ação das fontes de informação	Pág. 84
Gráfico 4: Confiança das fontes de informação	Pág. 85
Gráfico 5: Qualificação das fontes de informação	Pág. 86
Gráfico 6: Forma de contacto com as fontes de informação	Pág. 87
Gráfico 7: Temas abordados	Pág. 88
Gráfico 8: Género das fontes de informação	Pág. 89
Gráfico 9: Localidade das fontes de informação	Pág. 89
Gráfico 10: Aceitação/recusa das fontes de informação	Pág. 90
Gráfico 11: Aceitação/recusa das fontes de informação a nível de reportagem	Pág. 91
Gráfico 12: Aceitação/recusa das fontes de informação que comentam em estúdio	Pág. 91

Resumo:

No século em que vivemos a sociedade transformou-se numa comunidade de informação, evoluída social e economicamente, o que torna a comunicação uma parte fundamental da mesma.

Nesta sociedade mediática, em que o cidadão a cada passo que dá “respira” informação, encontram-se dois agentes que influenciam essa informação, são eles os jornalistas e as fontes de informação.

Hoje em dia um cidadão comum passou a preocupar-se em partilhar informação, e com a vinda das novas tecnologias, principalmente da internet, essa preocupação passou a ser real. Podendo assim ser ele a produzir informação, através de partilha de fotografias, vídeos e opiniões. Passando a existir uma troca de informações mais fluente entre cidadão e o jornalista.

Neste relatório é abordada a complexa relação que existe entre fontes de informação e os profissionais da comunicação, bem como a classificação que estas tiveram ao longo dos tempos.

Serão também tratados os locais de estágio, o Porto Canal e a Universidade FM, bem como a sua apresentação e as atividades aí desenvolvidas. Por último será desenvolvido um estudo de caso sobre as fontes de informação do Porto Canal.

Palavras-chave: fontes de informação, televisão, rádio, jornalismo, jornalismo regional

Abstract:

In this century in which we live, society became an information community, social- and economically developed, what makes communication an important part of it.

In this media world, every step you take, you breathe information, and this happens because you have two agents that influence this: these are the journalists and the information sources.

Nowadays, a normal citizen has worries about sharing information, and with the evolution of new technologies, especially the internet, this concern became real. This way, he is capable of producing information, when he shares photos, videos and opinions. That allows a fast exchange of information between a normal citizen and a journalist.

This research will study the complex relationship between information sources and journalists, as well as the classification that those had throughout time.

The practice locations, Porto Canal and Universidade FM, will also be discussed as well as their introduction and the activities done there. Finally, a case study on the sources of information of Porto Canal will be developed.

Key-words: sources of information, television, radio, journalism, regional journalism

“Jornalismo é como se fosse um fio, que liga as pessoas ao mundo.”
Calabe Lamonier

Introdução

“Todas as sociedades, todas as civilizações valorizam personagens e papéis sociais que as condensam, desde o cavaleiro medieval ao operário da revolução industrial ou ao ‘burocrata’ weberiano, símbolo da racionalidade moderna” (Neveu, 2005:7).

Numa sociedade, em que se vive da comunicação e da constante informação, o jornalista tornou-se “numa figura estruturante das mitologias contemporâneas” (Neveu, 2005:7). Nas últimas décadas, foram diversos os fatores que vieram revolucionar a maneira de agir dos meios de comunicação, e a evolução das fontes de informação foram um desses fatores. Assim sendo, neste estudo, o foco principal será centrado nas fontes de informação, que muitas vezes coabitam com os jornalistas, sem sempre os reconhecerem diretamente nas notícias.

São diversas vezes estes profissionais que, em anonimato, interagem com aquele que “detêm o poder da legitimidade (...) através de uma criação sofisticada de factos ou acontecimentos capazes de passarem pelo ‘portão da informação’ (...) e de serem agendados para derivar em notícia” (Duro, 2008:6). Deste modo, as fontes de informação acabam sempre por sugerir e influenciar a ordem a nível “do poder simbólico dos media” (Bourdieu *cit. in* Duro, 2008:6), ao qual Pierre Bourdieu, define como “poder de construir o dado pela enunciação, de fazer crer e fazer ver, de confirmar ou de transformar a visão do mundo” (Bourdieu *cit. in* Duro, 2008:6).

Na base desta sociedade, que se faz conhecer pelos meios de comunicação social, encontra-se um ritual que tanto as fontes de informação como os profissionais da área da comunicação exprimem através de práticas coletivas repetidas e até, mesmo, codificadas. Contudo, estas práticas convertem-se “num ‘laboratório’ de *produção da realidade* e que resulta numa ‘certeza’ de que todos os dias o indivíduo” (Duro, 2008:6) pode, seja através de qualquer meio de comunicação que use, “perceber categorizar, organizar e adjudicar sentido e valor às suas percepções, acções e experiências” (Berger e Luckmann *cit. in* Duro, 2008:6).

É neste contexto de evolução dos meios de comunicação, principalmente no que toca às fontes de informação e, ao forte impacto que desempenham na vida social, que o objetivo deste relatório de estágio é perceber a relação existente entre estes dois agentes sociais, que converge na criação jornalística.

Na representação do espaço mediático, as fontes de informação, determinam a definição da agenda e os jornalistas, por sua vez, envolvem-se “numa dinâmica em que a concentração de títulos em grupos económicos tende a conduzir a uma ‘tele-realidade’ e a um ‘círculo fechado’” (Duro, 2008:7).

A notícia, antes de ser apresentada ao público como produto acabado, passa por diversas fases de seleção e processamento que condicionam, em maior ou menor grau, o seu formato final e constituem, no seu conjunto, no trabalho que uma redação realiza diariamente. (Cf. Gradim, 2000:50)

O foco dado a este estudo é o da problemática mediação entre profissionais da área da comunicação e as fontes de informação. Um tema que tem vindo a ganhar alguma importância, na medida em que, nas últimas décadas tem-se vindo a assistir a um “boom” através dos assessores, porta-vozes e/ou consultores, “que se movem pelo objectivo de influenciar a ordem social em função dos seus interesses junto dos variados públicos” (Duro, 2008:8). Compreender que tipos de fontes de informação os jornalistas recorrem ou usam nas suas reportagens.

Hoje a sociedade vive bombardeada de todo tipo informação que chegam pelos diversos meios de comunicação, como televisão, rádios e principalmente a Internet. Uma das fundamentais mudanças que a sociedade tem vindo a enfrentar são nos meios de comunicação, que estimuladas pelas tecnologias, explodiram recentemente, trazendo consigo regras próprias. Sendo assim, esta investigação visa também perceber qual o tema mais abordado entre fontes de informação é jornalistas.

Numa estação de televisão ou até mesmo no meio radiofónico, são usados todos os dias todos os tipo de fontes de informação. Um dos focos desta investigação será também, saber se é mais frequente o recurso a fontes de informação a nível de reportagem ou de comentário em estúdio.

Sendo assim, este relatório de estágio está organizado em três capítulos. O primeiro capítulo tem como base a teoria em que serão abordadas a história e a evolução dos meios de comunicação, nomeadamente a televisão e a rádio e, as fontes de informação desde o que são à relação que estas têm com os jornalistas, a nível geral e regional.

Para este último ponto é de salientar que um dos recursos metodológicos utilizados, nesta investigação foi a concretização de entrevistas semiestruturadas a um grupo de jornalistas a nível regional. Foram desenvolvidas quatro entrevistas no sentido de perceber qual a relação que existia entre jornalistas e fontes de informação, quando se trata de jornalismo regional.

O segundo capítulo será uma descrição das empresas onde decorram os estágios, o Porto Canal, que decorreu entre 2 de janeiro a 29 de março de 2013 e, de 2 de abril a 28 de junho de 2013 na Universidade FM, bem como a apresentação de todas as atividades realizadas ao longo dos dois estágios.

O Porto Canal é uma estação de televisão que nasceu em 2006, com uma abrangência nacional, uma grelha diversificada e direccionado para todo o grande público. Contando ainda com a colaboração de empresas, autarquias e entidades como a Universidade do Porto.

Sediada em Vila Real, a Universidade FM é uma estação de rádio regional, que já conta com mais de 25 anos de existência. Apresenta uma grelha de programação diversificada e programas desde a política à economia, da informação ao entretenimento. Sendo considerada a rádio mais ouvida do distrito de Vila Real.

O último capítulo debruça-se sobre as fontes de informação do Porto Canal. Com a análise destas fontes de informação visou-se classifica-las segundo uma teoria de modo a compreender que tipos de fontes são usados no canal televisivo, o meio mais recorrente para entrarem em contacto e que relação existe entre fonte e jornalista.

CAPÍTULO I

Rádio, Televisão e Fontes de Informação

Neste capítulo irão ser abordados temas como a história da rádio no mundo e em Portugal. A rádio, um dos meios de comunicação mais antigo, é um meio rico. No capítulo, falar-se-á desde do seu criador à evolução e expansão que teve no mundo, bem como a sua influência no decorrer da História. Em Portugal, até decorrer a primeira transmissão radiofónica foi percorrido um longo percurso. Sendo assim, neste ponto serão abordados a chegada da telegrafia sem fios a Portugal e a sua evolução no país, bem como a influência que o meio radiofónico teve no país.

Outro tema que também irá ser tratado neste capítulo será a história da televisão no mundo e em Portugal. A televisão lança tendências, dita regras, revolucionou o mundo, influenciou comportamentos, marcou décadas. No capítulo abordar-se-á como nasceu, qual a sua evolução no mundo e o impacto que teve na sociedade. Em Portugal, só surge a primeira emissão em 1957. Assim sendo, ver-se-á como chegou a televisão ao país, bem como o impacto que teve.

Por fim, neste capítulo será tratado o tema das fontes de informação. Quando se fala nos meios de comunicação, como a rádio e televisão, pensa-se rapidamente em fontes de informação. Neste ponto do capítulo, falar-se-á de como é que os meios de comunicação recebem e procuram as fontes de informação, assim como a sua importância para os meios de comunicação e a relação que existe entre fontes e jornalistas.

1.1 A História da Rádio

“Há cem anos, a rádio gatinhava. Dominada que estava a sua base tecnológica, ensaiava a modulação da voz e do som e aventurava-se em experiências de alargamento do seu raio de acção” (Pinto *cit. in* Portela, 2011:9).

A rádio é um meio de comunicação rico com uma narrativa própria e singular, “um meio efémero, fugaz, volátil, imediato, instantâneo, irrepetível, de fluxo contínuo, um meio presente com linguagem no presente, o meio da informação do aqui e agora, do direto” (Reis, 2011:13).

Este meio de comunicação tem vindo a assumir uma relação privilegiada com o seu público, pela sua estrutura de comunicação bidirecional, potenciando a participação dos recetores na comunicação.

O tempo da rádio, segundo Hendy (2000), reproduz o nosso tempo e a forma como nos relacionamos com ele. “Um tempo fragmentado que reproduz a velocidade da informação ao mesmo tempo que a armazena com um potencial infinito” (Reis, 2011:27). Como diz Bachelard citado por Portela (2011) a rádio não se pode repetir, deve criar a cada dia, sendo uma função de originalidade.

1.1.1 A Rádio no Mundo

Até que a primeira transmissão e receção radiofónica fosse posta no ar, cientistas como o norte-americano Benjamin Franklin e o dinamarquês Hans Oesrted exerceram um papel fundamental para o “fortalecimento dos princípios tecnológicos” (Rodrigues, 2006:11) da rádio.

Franklin defendia, desde 1753, que a eletricidade poderia ser usada para transmitir mensagens à distância. Mais tarde, em 1820, Oesrted prova a conexão existente entre a eletricidade e o magnetismo ao comprovar que a corrente elétrica de um condutor conseguia movimentar a agulha de uma bússola. Começava a surgir então uma nova área de estudo, o eletromagnetismo, em que se estudava as ondas eletromagnéticas. Destes estudos resultaram dois meios de comunicação: o telefone e o telégrafo. (Cf. *Rodrigues*, 2006:11)

O telégrafo surgiu no final do século XVIII. Um dos primeiros acontecimentos telegráficos do mundo ocorreu pelas mãos de William Cooke e Charles Wheatstone. Quarenta anos depois do surgimento do telégrafo, surge o telefone, pelo escocês Alexander Bell, com base nos mesmos princípios do eletromagnetismo e da telegrafia. Bell desenvolveu um sistema de transmissão através do qual “as vibrações da voz humana são transformadas em um fluxo de elétrons e recomposta, na sequência, em forma de som” (Ferrareto *cit. in* Rodrigues, 2006:12).

Sendo assim, o meio de comunicação radiofónica inicia a sua história antes da sua própria invenção, uma vez que vai buscar a “origem da sua estrutura tecnológica” (Rodrigues, 2006:12) ao telefone e ao telégrafo.

James Maxwell, professor inglês de Física Experimental, em 1863, demonstrou teoricamente a probabilidade da existência de ondas eletromagnéticas. A partir desta descoberta, antes comprovada por Oesrted, outros cientistas se interessaram em estudar a propagação das ondas. Entre os cientistas destacaram-se alguns, um deles foi Heirinch Hertz, um jovem alemão que, impressionado com a teoria de Maxwell, construiu um aparelho, em 1887, com o qual verificava a deslocação das faíscas através do ar, conseguindo passar energia entre dois pontos sem utilizar fios. O objetivo era comprovar que as ondas eletromagnéticas têm a mesma velocidade que ondas de luz. Com esta experiência, Hertz comprovou experimentalmente que a teoria de Maxwell (Cf. *Rodrigues*, 2006:12).

A entrada da rádio na produção industrial ocorreu com a fundação da primeira companhia de rádio na Inglaterra, pelo cientista Guglielmo Marconi. Em 1896, Marconi já tinha demonstrado o funcionamento dos seus aparelhos de emissão e receção de sinais em Inglaterra,

quando percebeu a importância comercial da telegrafia. Inovador para a época, a rádio utilizava o princípio da telegrafia, mas com uma vantagem: não tinha fios (Cf. *Rodrigues*, 2006:12-13).

Com o objetivo de melhorar o que até então foi descoberto, seguiram-se diversos melhoramentos tecnológicos. Surgiram, então, os cientistas Oliver Logde, de Inglaterra e Édouard Branly, de França, que inventaram o “coesor”. Este era um aparelho que melhorava a detecção de ondas e que permitia a transmissão de mensagens com a voz humana através do espaço (Cf. *Rodrigues*, 2006:13).

Nesse mesmo ano, em 1897, Logde inventou o circuito elétrico sintonizado, possibilitando a mudança de estação selecionando a frequência desejada. A transmissão de sons só foi possível com o aparecimento da válvula tríodo, inventada pelo norte-americano Lee Forest, em 1906. Esta invenção foi mais tarde aperfeiçoada pelos cientistas Robert Lieben, da Alemanha e pelo norte-americano Edwin Armstrong, utilizando a válvula para amplificar e produzir ondas eletromagnéticas de forma contínua (Cf. *Rodrigues*, 2006:13).

Alexander Popov, físico russo, a 7 de maio de 1895,

teria transmitido, recebido e decifrado a primeira mensagem telegráfica sem fios com sucesso. O feito de Popov teria consistido em enviar uma mensagem de um navio da Marinha russa, distante 30 milhas no mar, para seu laboratório na cidade de Saint Petersburg. Interessada em monopolizar o domínio desta tecnologia, a Marinha russa não teria permitido que Popov divulgasse, sob nenhuma forma, a sua realização (*Rodrigues*, 2006:13).

Em 1916, Lee Forest instala a primeira estação-estúdio de radiodifusão, em Nova Iorque. Pela primeira vez, transmitiu-se notícias, conferências música e gravações. Na mesma altura, regista-se o primeiro registo de radiojornalismo, com a transmissão das apurações eleitorais para a presidência dos Estados Unidos (Cf. *Rodrigues*, 2006:14).

No início do século XX, já era possível a transmissão de sons complexos. A rádio atingia um nível nunca antes visto, permitindo na altura da I Guerra Mundial transmitir boletins informativos. Durante a guerra, os países incluídos nela viram a importância da tecnologia da rádio e passaram a usufruir dela para fins militares, impulsionando o comércio dos aparelhos. Estes eram distribuídos pelas tropas como instrumentos táticos de comunicação à distância (Cf. *Rodrigues*, 2006:14).

Em 1920, com o fim da I Guerra Mundial, a indústria norte-americana *Westinghouse Electric Co.*, sediada em Pittsburgh, concedeu uma das mais significativas contribuições no processo de transmissão radiofónica. Devido ao excesso de produção de rádios no período da guerra, a indústria norte-americana instalou uma antena de rádio no pátio da fábrica para poder

transmitir música. Surge assim a primeira estação de radiodifusora, com o nome de *K.D.K.A.* (Cf. *Rodrigues*, 2006:14-15).

Aos poucos, começou a surgir um modelo coletivo, onde um único emissor transmitia informações para diversos recetores. Começaram assim a aparecer os clubes de radioamadores. “Nessas reuniões, as pessoas que possuíam um gramofone cediam o aparelho para que várias pessoas pudessem ouvir uma mesma gravação em locais diferentes” (*Rodrigues*, 2006:15).

Nos Estados Unidos, a rádio crescia aceleradamente criando-se, em 1919, a primeira empresa norte-americana de telecomunicações, a *Radio Corporation of American* (RCA). Mais tarde surgem mais duas, a *National Broadcasting Company* (NBC) e a *Columbia Broadcasting System* (CBS). No território americano, a rádio evoluiu numa proporção formidável: “se em 1921 havia 4 emissoras nos Estados Unidos, um ano depois este número já tinha crescido exponencialmente e atingindo o índice de 382 emissoras. O número de aparelhos receptores de rádio teve crescimento espantoso, passando de 50 mil, em 1922, para mais de 4 milhões, em 1925” (*Rodrigues*, 2006:15).

Já na Europa, instalaram-se diversas empresas, como a *Radiotelevisione Italiana* (RAI), em 1924, a inglesa *British Broadcasting Corporation* (BBC), em 1927 e a francesa *Radio France Internationale* (RFI), em 1931 (Cf. *Rodrigues*, 2006:15).

Em 1947, com a invenção do transístor tornou-se possível construir aparelhos de rádio mais pequenos. Os primeiros vinte anos do século XX foram marcados em todo mundo pelo uso quase monopolista da telegrafia sem fios (Cf. *Rodrigues*, 2006:15).

Desde o final da década de 90 que a internet tem alcançado a população mundial e a rádio tem vindo cada vez mais a manifestar-se deste meio e de “elementos que até aqui lhe eram estranhos” (*Ricón et al. cit. in Portela*, 2011:48). A rádio é agora um “espaço em que a multiplicidade de linguagens abre novas possibilidades de comunicação” (*Ricón et al. cit. in Portela*, 2011:48) e um “caminho para novas formas de consumo” (*Ricón et al. cit. in Portela*, 2011:48).

1.1.2 A Rádio em Portugal

Um longo percurso foi percorrido pelas telecomunicações portuguesas antes de a telegrafia sem fios se tornar numa realidade nacional. Antes desta, Portugal tinha como comunicações, em primeiro a telegrafia semafórica e mais tarde a telegrafia gráfica¹.

A telegrafia semafórica e ótica foi criada em 1803, contudo, devido à Guerra Peninsular, em 1810, foi criada a telegrafia ótica de modo a apoiar as comunicações militares nas linhas de Torres Vedras. Este género de comunicação conheceu um período de crescimento mas acabaria por desaparecer em 1855. Dois anos depois, em 1857, é inaugurado em Portugal o telégrafo elétrico em Portugal, e a telegrafia semafórica acabaria por ser incorporada neste serviço em 1867².

Em Portugal, as primeiras ligações telefónicas são experimentadas em 1879, por Cristiano Bramão, sendo que a primeira rede pública é inaugurada a 26 de abril de 1882, em Lisboa. Em 1900, já a telegrafia sem fios era uma realidade na Europa e nos Estados Unidos, é publicado um artigo na “Revista do Exercito e da Armada” do Capitão de Artilharia Eduardo Pellen onde descreve a telegrafia sem fios e a sua aplicação no campo de batalha. Eduardo Pellen desejava que o serviço militar português usufruísse deste novo evento, uma vez que, até então, as telecomunicações existentes eram realizadas através do telégrafo elétrico e do telefone, sistemas que necessitavam de fios de cobre para funcionar, tornando-se dispendiosos e demorados na sua montagem, além de serem vulneráveis a ataques³.

A fevereiro de 1901, o “Diário de Notícias” dava conta do interesse que o governo português tinha na telegrafia sem fios para fins comerciais, que segundo o executivo seriam depois colocados em locais onde seriam úteis à navegação ou ao comércio. Porém os aparelhos chegaram mais tarde a Portugal, tendo como primeiro destino o exército⁴.

As primeiras experiências com telegrafia sem fios em Portugal foram realizadas a 9 de março de 1901, na capital, entre o forte da Raposeira na Trafaria e o Regimento de Engenharia no forte do Alto do Duque. Nestes testes, os radiotelegrafistas transmitiam um telegrama que o posto recetor retransmitia para o emissor inicial, verificando assim se havia ou não anomalias. A primeira experiência foi concluída com sucesso⁵.

¹ A telegrafia semafórica ou ótica era uma técnica para enviar mensagens visuais. A telegrafia gráfica tinha como base o mesmo conceito mas mais evoluído.

²Cf. *A Telegrafia sem fios em Portugal*. Disponível em: [<http://telefonica.no.sapo.pt/telegrafic.htm>]. Consultado a 23/10/2013.

³ *Idem*, *Ibidem*

⁴ *Idem*, *Ibidem*

⁵ *Idem*, *Ibidem*

A 19 de agosto de 1901, realiza-se outra experiência no cruzador “D. Carlos”. Este foi provido com equipamentos de telegrafia sem fios e testado nas manobras navais⁶.

Portugal foi acompanhando a evolução da telegrafia sem fios e, nesse ano, foram aprovados os princípios gerais dos *Correios e Telegraphos*⁷. Em dezembro são aprovados os decretos que determinam os serviços e distribuição do pessoal⁸.

Em maio de 1902, são realizadas mais algumas experiências com a telegrafia sem fios. São trocadas mensagens entre a estação de semáforos de Cascais e o cruzador “D. Carlos”. Ainda neste ano são feitas as primeiras tentativas para colocar em funcionamento um emissor de telegrafia sem fios, construído por um estudante da Escola Politécnica de Lisboa, José Celestino Soares. Todavia esta ação valeu-lhe a apreensão do material pela polícia, pois era proibido utilizar estes dispositivos por particulares. José Celestino Soares, anos mais tarde, viria a ser um dos sócios fundadores da Rádio Academia de Portugal⁹.

Já em 1903, o navio mercante “Portugal” era equipado com um posto de telegrafia sem fios, sendo o primeiro navio mercante português a estar equipado com este material. Contudo, apesar do sucesso de todas as experiências realizadas a bordo dos dois navios, estes foram desequipados, assim como a estação terrestre de Cascais. Por esta altura, as emissões eram apenas feitas através do código morse, pois a tecnologia existente não permitia modelar os sons complexos da voz humana¹⁰.

Em 1905, a *Direcção Geral de Telegraphos* e os *Correios e Telefones* estabeleceu um contrato provisório, que em 1907 se tornaria definitivo, com a *Eastern Telegraph* para a montagem de postos radiotelegráficos no arquipélago dos Açores, de modo a terminar com o isolamento entre as ilhas¹¹.

O primeiro programa radiofónico com emissão de voz é transmitido em dezembro de 1906, por Reginald Fessenden. A partir daqui existiram diversas tentativas de construção de equipamentos de telegrafia sem fios. Estas construções viriam a provocar algumas interferências nas comunicações oficiais. Com este cenário, é publicada em 1908 uma lei que impossibilitava o uso sem licença de aparelhos de telegrafia sem fios. Esta tinha de ser concedida pela *Direcção Geral dos Correios, Telegraphos e Faróis*. A 25 de maio de 1911 é

⁶ Cf. *A Telegrafia sem fios em Portugal*. Disponível em: [\[http://telefonica.no.sapo.pt/telegrafic.htm\]](http://telefonica.no.sapo.pt/telegrafic.htm). Consultado a 23/10/2013.

⁷ Os *Correios e Telegraphos* era uma empresa de telégrafos, telefones e correios portuguesa criada no século XX.

⁸ Cf. *A Telegrafia sem fios em Portugal*. Disponível em: [\[http://telefonica.no.sapo.pt/telegrafic.htm\]](http://telefonica.no.sapo.pt/telegrafic.htm). Consultado a 23/10/2013.

⁹ *Idem*, *Ibidem*

¹⁰ *Idem*, *Ibidem*

¹¹ *Idem*, *Ibidem*

criada a Administração Geral dos Correios e Telégrafos que fica responsável de passar licenças a radiotelegrafistas civis¹².

A Marinha teve um papel fundamental no nascimento e na evolução da telegrafia sem fios em Portugal. Após um período limitado na troca de mensagens da Armada, o posto radiotelegráfico do Arsenal da Marinha foi aberto, em 1913, ao serviço público móvel marítimo. Considera-se, assim, “este o início da actividade oficial de TSF no país” (Fonseca *cit. in* Santos, 2005:50).

A 12 de julho de 1916, entra em serviço o posto radiotelegráfico de Monsanto, dirigido pelo comandante Nunes Ribeiro. “A evolução da telegrafia para a rádio teve por detrás de si novos elementos tecnológicos, (...) a partir do momento em que se disponibilizaram microfones, os amadores passaram a um contacto mais informal e directo” (Santos, 2005:54). Os circuitos eram semelhantes porém no lugar da chave telegráfica instalava-se um microfone. O número de estações rapidamente subiu causando assim diversos problemas de receção (Cf. Santos, 2005:54).

Depois de um período onde o percurso do meio radiofónico foi de “carácter instrumental e com uma comunicação fundamentada num modelo consensual de subserviência ao regime, a rádio inovou a sua comunicação e desenvolveu novos modelos de carácter dialógico” (Cordeiro, 2003:2) fundamentados no “cariz fortemente emotivo e experimentalista” (Cordeiro, 2003:2), contrapondo-se ao que até então vigorava de cariz “monocórdico” devido ao regime político autoritário implementado.

Entre 1930 e 1950 foram os anos de ouro da rádio, durante os quais, dentro de um estúdio procurava-se reconstruir a realidade, “com dramatizações e espectáculos produzidos na própria estação emissora” (Cordeiro, 2003:2). No entanto, os programas humorísticos estavam sob vigilância do governo, forçando manobras linguísticas.

“Em 30 de Outubro de 1938, Orson Welles encenou *A Guerra dos Mundos*, acabando por confundir a realidade dos seus ouvintes a um ponto que seguramente não estaria à espera, provando a capacidade do meio enquanto artefacto com potencialidade para criar não só fábulas como realidades paralelas” (Portela, 2011:35). Devido a este episódio, Matos Maia, apresentador da Rádio Renascença, realiza a radionovela *A Invasão dos Marcianos*.

Na noite de 25 de Julho de 1958, esta história ficcionada foi relatada em formato jornalístico, interrompendo a transmissão de música interpretada por orquestra ligeiras para anunciar a chegada dos marcianos ao nosso país. A enorme confusão provocada pela aceitação do

¹² Cf. *A Telegrafia sem fios em Portugal*. Disponível em: [<http://telefonica.no.sapo.pt/telegrafic.htm>]. Consultado a 23/10/2013.

fictício como real teve como consequência o estado de pânico vivido por milhares de pessoas e a detenção do seu autor por parte da PIDE (Maia *cit. in* Portela, 2011: 35-36).

“As relações da rádio com o poder político centravam-se numa estratégia de manipulação da opinião pública em defesa dos valores proclamados pelo Estado Novo” (Cordeiro, 2003:2). O regime político autoritário imposto, por António Oliveira de Salazar, em Portugal, tinha serviço de censura prévia às publicações periódicas, emissões de rádio e televisão, bem como de fiscalização de publicações não periódicas nacionais e estrangeiras, de forma a estar permanentemente vigilante nos ideais do regime, ou seja, na defesa da moral e dos bons costumes (Cf. *Cordeiro*, 2003:2).

Ao longo das ditaduras de Salazar e Marcelo Caetano, a comunicação social, e em especial a rádio, revelou-se “um aparelho técnico e discursivo” (Cordeiro, 2003:2) ao serviço dos interesses do poder, sendo o Estado a atribuir as frequências.

Nesta época, a rádio era utilizada exclusivamente como forma de distração da população em relação à situação de isolamento a que o país se encontrava. A programação radiofónica centrava-se no entretenimento, estabelecendo uma comunicação pouco original (Cf. *Cordeiro* 2003:2).

“Os anos 50 foram marcados pelo aparecimento da televisão em Portugal” (Cordeiro, 2003:2). Perante o despoletar do novo meio de comunicação, a rádio foi obrigada a mudar, apresentando novos programas que viriam a surpreender a sociedade. “Procurou inovar o seu discurso, dependente não só da novidade introduzida por um novo meio de comunicação, mas sobretudo para contrariar a uniformidade da comunicação instrumentalizada pelo Estado Novo” (Cordeiro, 2003:3). Foi o começo de uma nova fase na rádio portuguesa. Uma rádio mais moderna. Experimentaram-se novas configurações a nível do discurso e da expressão, e desenvolveram-se novas ideias no campo da música e da ficção (Cf. *Cordeiro*, 2003:3).

Ao longo da década seguinte foram diversos os programas impertinentes que nasceram aproximando-se dos limites impostos pela censura. Ao longo desta década, a rádio assumiu, a pouco e pouco, um papel de difusão da cultura. “A informação passou a ser um elemento central para os programas que se especializaram em torno de temáticas tão diferentes como a informação de actualidade ou a divulgação musical” (Cordeiro, 2003:3).

A abstração em relação à realidade, um sistema confortável de música e conversa para entreter o público, tornou-se num sistema desadequado. A rádio encarava um momento de rutura, entre a comunicação institucionalizada e a comunicação que se construía consoante o ritmo e o próprio dinamismo dos acontecimentos da sociedade. As horas noturnas passaram de

horas mortas para o principal horário, com programas de desenvolvimento informativo e formativo. Emergindo, assim, um sistema de comunicação que se libertou do cenário instituído e passando a reagir, a observar e a criticar (Cf. *Cordeiro*, 2003:3).

A situação política interna e externa foi de extrema importância para a objeção ao regime. A demissão, em 1968, de António Oliveira de Salazar, marcou o final de uma década plena de lutas pelos direitos e liberdades, movimentos revolucionários e conflitos bélicos (Cf. *Cordeiro* 2003:3).

Quarenta anos de ditadura tinham chegado ao fim, dando-se início à “Primavera Marcelista”, embora se reforçassem as restrições à liberdade. Durante este período, produziram-se programas e reportagens que marcaram a história da informação em Portugal, deixando de ter propaganda ao regime (Cf. *Cordeiro* 2003:3).

Este era o panorama radiofónico que se vivia em Portugal até 1974, quando um grupo de militares, “com objectivos definidos para cada estação” (*Cordeiro*, 2003:3), ocupou os estúdios da Rádio Clube Português em Lisboa, transformando-o no “Posto de Comando do Movimento das Forças Armadas”.

O sector da rádio foi-se ressentindo ao longo dos anos pelo facto dos privados não conseguirem criar as suas próprias rádios, começando assim a aparecer as rádios piratas, cujas “primeiras emissões se caracterizavam pela intenção de dar voz a populações locais” (*Silva*, 2008:10).

“Os registos documentais disponíveis mostram que a maior parte das programações das estações piratas continham música e estilos musicais que não eram comuns nas rádios nacionais” (*Bonixie cit. in Silva*, 2008:10).

No intuito da criação do movimento das rádios piratas, mais tarde rádios locais, esteve o desejo de marcar a diferença em relação ao que era veiculado nos meios de comunicação nacionais (Cf. *Silva*, 2008:10).

É então que a 25 de abril de 1974, através do meio radiofónico as forças militares se mobilizaram e que o golpe transmitindo “as ‘senhas’ que deram início, confirmaram e puseram em marcha o movimento das Forças Armadas” (*Cordeiro*, 2003:3).

Após o 25 de abril a rádio passou três fases evolutivas. Na primeira fase houve a nacionalização das rádios em Portugal, causando perda de vitalidade no sector. A fase seguinte foi o resultado da falta de legislação sobre a radiodifusão e a impossibilidade de empresas privadas poderem ter as próprias estações de rádio. E por último a regulamentação do sector procurando dar resposta à necessidade de criação de uma lei que pusesse uma certa ordem no

panorama radiofónico português, um processo que terminou em 1989 com a legislação (Cf. *Cordeiro*, 2003:4).

A reorganização do espectro radiofónico e a respetiva legislação de algumas rádios determinou a adaptação a um modelo concorrencial que viria implicar a sobrevivência económica de cada estação. Nesta altura, as rádios patenteavam uma programação generalista e organizada de acordo com o público de cada estação. “Como em todos os campos da comunicação social, o mercado dita as regras, e as rádios tentam (sobre)viver dependentes das medidas de audiência, para angariar publicidade” (*Cordeiro*, 2003:4).

A rádio abandona a estrutura com base em programas diferentes e concretos e passa a adotar uma programação mais ligeira distribuída por sequências horárias ao longo do dia. Adotam um estilo mais concreto de programação que varia entre emissão de notícias e a emissão de música (Cf. *Cordeiro*, 2003:4).

Um ano depois da revolução dos cravos, foram nacionalizadas quase todas as rádios em Portugal. Esta situação levou a que se cimentasse um monopólio de três estações: a RDP, antiga emissora nacional, a Rádio Clube Português e a Rádio Renascença¹³.

No final dos anos noventa e com a passagem para o novo milénio, novos desafios apareceram para comunicação social em geral, e a rádio em particular. Paralelamente à concorrência já estabelecida pelos outros meios de comunicação, a rádio encontra outro meio que lhe vem fazer frente, a Internet. Esta foi-se implementando, redefinindo estratégias de comunicação, criando novos modelos de comunicação e obrigando os outros meios de comunicação a usufruírem-se dela, naquele que se apresentava como o século da comunicação interativa (Cf. *Cordeiro*, 2003:5).

Face à evolução do meio, da sociedade e do sistema económico-comercial, a programação da rádio dos anos 80 cedeu lugar a uma programação mais específica que vai ao encontro com um público mais definido. Passou-se a dar mais importância àquilo que se apresenta, à música que toca e à informação que se disponibiliza do que a quem e como apresenta (Cf. *Cordeiro* 2003:5).

A profissionalização da rádio decorreu devido à necessidade de uma adaptação ao seu público, e resultante definição de públicos mais específicos para cada estação de rádio. As noções de marketing começaram a orientar o funcionamento das estações, o campo de produção, “ultrapassando critérios de criatividade e personalidade, em função de dados específicos definidos pelos estudos de mercado e de audiência” (*Cordeiro*, 2003:5).

¹³ Cf. *A Rádio em datas em Portugal*. Disponível em: [<http://telefonica.no.sapo.pt/datesportugal.htm>]. Consultado a 24/10/2013

“O culto do programa de autor” (Cordeiro, 2003:5) começou a desaparecer perante os dados científicos que apareciam, que apresentavam valores que caracterizavam o público e os níveis de audiência, permitindo assim uma melhor definição dos conteúdos a cada estação de rádio. “Mais importante do que quem e como apresenta, passa a ser aquilo que se apresenta, a música que toca e a informação que se disponibiliza, nivelando o público por aquilo a que se chama ‘ouvinte segmentado’ e que é definido pelos estudos de mercado” (Cordeiro, 2003:5).

Hoje, as rádios fazem parte de grupos económicos mais vastos, dominado de comunicação social. Agora os estudos de mercado revelam-se ainda mais adequados do que as medidas de audiência, passando assim a conhecer o que as pessoas querem ouvir (Cf. *Cordeiro* 2003:5).

Nesta nova era marcada pelas tecnologias, exige-se à rádio uma resposta mais criativa ao enorme desafio colocado pela Internet e pela ligação entre os diferentes meios de comunicação, naquela que é a maior transformação tecnológica sofrida pela rádio desde a introdução da frequência modelada nos anos 60.

“A rádio deixou-se guiar historicamente por um forte desejo de universalidade” (Portela, 2011:50). Ao longo da sua história e do seu percurso evolutivo, a rádio foi um meio que sempre procurou alcançar e falar para todos. Com a vinda da internet e da “sua infinita teia relacional de alcance planetário” (Portela, 2011:50), a rádio encontrou finalmente um meio para realizar o desejo de chegar a todos. Ao expandir-se para a rede, a rádio vai procurar novos elementos e reunir-se num espaço onde a multiplicidade de linguagens abre novas possibilidades de comunicação e de consumo (Cf. *Portela*, 2011:50).

A rádio hertziana que tinha assumido como preocupação uma comunicação dirigida às comunidades, com a entrada na internet, esta “vocação fica subvertida (...) ao herdar desta um alcance global” (Portela, 2011:56). O que era distante tornou-se próximo e que era local passou a ter “limites antes impensáveis” (Portela, 2011:56).

Hoje em dia, qualquer rádio seja ela, nacional ou regional, navega pelas ondas da internet de forma a conseguir atingir o maior público possível, tornando-se mais interativa, uma vez que a internet permite uma fácil publicação de fotografias, vídeos e até mesmo de músicas. As redes sociais são, principalmente o Facebook, são o meio mais rápido e direto que a rádio consegue ter para estar em contacto com seu público. Com esta nova ferramenta, o meio radiofónico ficou mais próximo dos seus ouvintes, permitindo uma aproximação para com o mesmo e uma participação mais ativa por parte do seu público.

1.2 A História da Televisão

A televisão lança tendências, dita regras, revolucionou o mundo, influenciou comportamentos, marcou décadas. É sem dúvida o meio de comunicação com maior impacto e importância, mesmo depois da popularização da Internet. “Ela move-se mais rápida do que os especialistas” (Torres, 2011:11) conquistando novos públicos em todo mundo, reunindo enormes audiências quando em direto com um acontecimento trágico.

Desde os anos 80 que a televisão tem vindo a desmitificar a previsão que os especialistas tinham quando diziam que a televisão “a que chamamos de *generalista* tem os dias contados” (Torres, 2011:11). Em todo o mundo como em Portugal, os canais generalistas, como a RTP, a RTP2, a SIC e a TVI, continuaram a ser o mais vistos e os mais importantes a nível político, social e económico, apesar que nos últimos anos tem-se notado cada vez mais uma decadência nas audiências, dando preferência à televisão por cabo (Cf. Torres, 2011:11).

Com uma decadência nas audiências perante os canais de cabo, os canais generalistas começaram a criar canais mais específicos para o seu público, dando-lhes uma grande oferta de canais. Surgem, então, canais de informação como a SIC Notícias, a TVI24 ou a RTP Informação.

Os canais generalistas também apostaram no entretenimento são exemplo a SIC Radical ou a SIC K e a TVI Ficção.

Como são muitos os portugueses que hoje se vêm obrigados a emigrar, os canais generalistas pensaram nestes telespectadores, criando canais como a SIC Internacional, a TVI Internacional e a RTP Internacional. Neste ponto, a RTP consegue ir mais longe, tendo um canal destinado aos países lusófonos africanos: a RTP África.

A TVI tem ainda um canal ligado a ficção onde transmite novelas, séries, entre outros: a TVI Ficção. E a SIC apostou num canal, a SIC Mulher destinado às mulheres que já saíram de casa dos pais, um canal que transmite magazines *talk-shows* e filmes.

A nível de informação, foram nascendo canais como o ou o CMTV (Correio da Manhã) e o Porto Canal, um canal regional que tem vindo a crescer.

1.2.1 A Televisão no Mundo

Vladimir Zworvkin, engenheiro eletrónico russo, regista em 1923 a patente do tubo iconoscópio, usando o parêlo para transmitir imagens a uma distância de 45 quilómetros. O primeiro sistema semi-mecânico de televisão analógica foi demonstrado em 1924, em Londres, e posteriormente com imagens em movimento no ano seguinte. O sistema eletrónico completo foi demonstrado por John Baird e Philo Farnsworth em 1927¹⁴.

O primeiro protótipo foi apresentado numa reunião em nova Iorque em 1929 e construído pela RCA em 1933. Porém o primeiro serviço analógico foi inaugurado a 11 de maio de 1928 em Nova Iorque pela WGY¹⁵.

Os primeiros aparelhos de televisão eram rádios com um dispositivo, que consistia num tubo de néon com um disco giratório mecânico que produzia uma imagem vermelha do tamanho de um selo postal¹⁶.

Em 1930, a NBC transmite experimentalmente nos Estados Unidos. Um ano depois começam as transmissões da CBS. O primeiro serviço de alta definição aparece na Alemanha, em 1935, estando disponível em apenas 22 salas públicas. Uma das primeiras transmissões de televisão foram os Jogos Olímpicos de Berlim em 1936. Ainda nesse mesmo ano, no mês de novembro, a França começa também as suas transmissões e, é inaugurada em Londres a BBC¹⁷.

Dois anos depois, em 1938, a televisão chega à Rússia. As emissões regulares só começaram em 1939, sendo a NBC a pioneira. Também nesse mesmo ano começam a ser vendidos ao público os primeiros aparelhos televisivos¹⁸.

A 7 de setembro de 1941, a CBS apresenta o primeiro noticiário da história da televisão, tendo como assunto do jornal televisivo o envolvimento dos Estados Unidos da América na Segunda Guerra Mundial¹⁹.

O uso da televisão aumentou exponencialmente depois da Segunda Guerra Mundial devido aos avanços surgidos com as necessidades da guerra. Em 1950, o Brasil torna-se o primeiro país da América do Sul a implementar a televisão²⁰.

¹⁴Cf. *História do Mundo: A invenção da televisão*. Disponível em: [http://www.historiadomundo.com.br/idade-contemporanea/a-invencao-da-televisao.htm]. Consultado a 30/10/2013

¹⁵ Cf. *Microfone: História da Televisão no Mundo*. Disponível em: [http://www.microfone.jor.br/tvmundo.htm]. Consultado a 30/10/2013

¹⁶Cf. *Observatório da Imprensa: A História da Televisão – o que a televisão proporcionou à humanidade*. Disponível em: [http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/imprimir/55371]. Consultado a 30/10/2013

¹⁷Cf. *Microfone: História da Televisão no Mundo*. Disponível em: [http://www.microfone.jor.br/tvmundo.htm]. Consultado a 30/10/2013

¹⁸ *Idem*, *Ibidem*

¹⁹ *Idem*, *Ibidem*

²⁰ *Idem*, *Ibidem*

A televisão a cores nasce em 1954 pela NBC. Em 1955, um ano depois do aparecimento da televisão a cores a WNBT faz a primeira gravação mundial em videotape, utilizando fita magnética de som e imagem²¹.

A japonesa SONY, em 1960, introduz no mercado os recetores de televisão com transístores. O satélite Telstar transmite sinais de televisão através do Oceano Atlântico, em 1962. Nesse mesmo ano é realizada, nos Estados Unidos da América, a primeira emissão de televisão via satélite. Em 1967, é inventado o sistema de cores PAL, na Alemanha, que viria a resolver alguns problemas existentes no sistema norte-americano²².

A miniaturização chega em 1979, quando Matsushita, empresa japonesa regista a patente da televisão de bolso com o ecrã plano²³.

Hoje existe uma variedade de aparelhos, emissões e a qualidade de sinal foi melhorando e aperfeiçoado com os estudos científicos, permitindo uma maior qualidade e nitidez da imagem.

Com a chegada da Internet, a televisão, assim como a rádio, se aproximou mais do seu público. Através dos *sites* e das redes sociais associados aos canais de televisão, esta tornou-se mais próxima e mais interativa para com o seu público. Hoje em dia é possível ver televisão de qualquer parte do mundo através de um simples clique.

1.2.2 A Televisão em Portugal

Como aconteceu em toda a Europa, a televisão em Portugal surgiu por iniciativa e intervenção do Estado. Marcelo Caetano, o último chefe da ditadura, foi o seu entusiasta. (Cf. *Torres*, 2011:47)

A televisão em Portugal surgiu em 1957, sendo um grande fenómeno nacional. As pessoas dirigiam-se para locais públicos para poder ver televisão. A televisão portuguesa, a RTP (Rádio Televisão Portuguesa), iniciou as emissões experimentais a 4 de setembro de 1956, na capital do país, passando a 7 de março do ano seguinte a ter uma emissão regular. (Cf. *Torres*, 2011:47)

Quando surgiu a televisão, o país ainda estava mergulhado na ditadura do Estado Novo, desde logo, e como aconteceu com a rádio, a televisão estava sob o controlo da censura. Em

²¹ Cf. *Microfone: História da Televisão no Mundo*. Disponível em: [<http://www.microfone.jor.br/tvmundo.htm>]. Consultado a 30/10/2013

²² *Idem*, *Ibidem*

²³ Cf. *Arquivo de História: História da Televisão*. Disponível em: [<http://arquivodehistoria.com/>]. Consultado a 30/10/2013

1962, ainda não existiam mais de 100 mil televisores registados, tornando a audiência limitada às classes altas e média-alta das grandes cidades, em especial Lisboa. (Cf. *Torres*, 2011:47)

Se considerarmos que cada família teria então em média 3,7 pessoas, o universo da audiência seria por esse ano de cerca de 370 mil. Poderia haver mais espectadores, considerando associações populares, clubes e outros lugares de convívio com televisor: há registo de locais onde certas famílias reservavam mesas nas primeiras filas junto do televisor. Além disso, algumas casas abriam-se a familiares e amigos para a vivência colectiva dos programas. Poderemos considerar que a RTP teria audiências esporádicas acima dos 500 mil (*Torres*, 2011:47-48).

Nesta época, a televisão não era vista como um bem essencial, uma vez que três quartos da população ativa eram trabalhadores rurais e agrícolas e 40% da população era analfabeta, logo não entenderiam os programas direccionados para o público alfabetizado. Porém, a entrada deste meio de comunicação no país nas primeiras décadas não pode ser muito exagerada, uma vez que era um meio urbano e elitista. (Cf. *Torres*, 2011:48)

Nesta altura, a televisão tinha três promessas: educar, informar e entreter. Através de programas de conversas culturais, peças de teatro, propaganda da ditadura e de magazines informativos, entretendo através de concursos e diversidades musicais, a RTP cultivava as três promessas. (Cf. *Torres*, 2011:48)

No final do ano de 1966, havia já cerca de 220 mil aparelhos, mais 8678 do que no ano anterior. Posteriormente são lançados mais três canais: a RTP2 (dezembro de 1968), RTP Madeira (agosto de 1972) e a RTP Açores (agosto de 1975), atingindo-se “o meio milhão de aparelhos registados em 1972” (*Torres*, 2011:49).

A RTP anterior ao 25 de Abril era um *medium* paradoxal. Por um lado, cumpria por inteiro nos noticiários a função de megafone do regime salazarista-marcelista. O próprio chefe do Governo, Marcelo Caetano, apologista da TV, usava a seu bel-prazer a RTP (...). Por outro lado, com a liberdade de escolhas dos programas (...), a TV portuguesa abria horizontes aos espectadores. As séries estrangeiras mostravam outros mundos, culturas, regimes, amiúde mais livres (*Torres*, 2011:49-50).

Com a queda do regime de Salazar, em abril de 1974, houve um forte recuo da censura e consequentemente uma maior liberdade de expressão. Todavia, a televisão permaneceu como instrumento político de primeira ordem. Passou então a ser controlada por militares, que a definiram como “um dos mais importantes meios postos ao serviço do povo português” (*Torres*, 2011:50), entrando de imediato ao serviço do novo regime democrático.

Um ano depois, as forças militares, civis e revolucionárias foram derrotadas. Esta derrota foi visível em direto na RTP. O entretenimento e o futebol apontavam para uma despolitização que interessava ao poder. Como instrumento número um do poder, a televisão “manteve-se palco da luta entre forças partidárias, em especial no que respeita à informação” (Torres, 2011:51).

As primeiras emissões a cores em Portugal tiveram início em 1976, durante as presidenciais. Contudo, só em março de 1980 é que as emissões a cores, em Portugal, começaram a ser mais regulares. Durante este período, a missão da RTP sofreu uma reordenação. As novas direções de programação substituíram a cultura culta pela cultura urbana, do tipo teatro de revista, tornando-se o paradigma cultural de entretenimento do canal de televisão nas décadas 1980 e 1990. Em 1977 começam a aparecer as telenovelas brasileiras, e as de produção nacional em 1982. Dos anos 70 aos anos 90, a RTP atinge o auge a nível de influência sob o público. (Cf. *Torres*, 2011:51)

Com a eletrificação do país e uma melhoria nas condições de vida, a televisão começou a ser uma presença obrigatória em todas as casas. A RTP manteve o seu modelo de televisão comercial, por lado pela presença de publicidade e por outro pela criação e realização da programação, principalmente na RTP2 que teve programas mais próximos de uma criação consensual de serviço público. A RTP Internacional chega ao país em fevereiro de 1992, passando a ter emissão regular a 10 de junho desse mesmo ano. (Cf. *Torres*, 2011:51)

No final dos anos 80, toda a Europa era dominada por televisões do Estado, havendo disparidades entre oferta e audiência, pois os gostos tornavam-se diversificados. Em diversos países começaram a surgir canais privados. (Cf. *Torres*, 2011:52)

Portugal não foi exceção. Contudo não foi tão precoce como desejado, porque a difusão da televisão por satélite espalhou-se rapidamente e o povo português conseguia por via terrestre de canais espanhóis. (Cf. *Torres*, 2011:52)

A existência de canais privados em território português teve desde logo oposição política. A legislação só é aprovada em 1989. Após 35 anos de monopólio a RTP enfrenta concorrência. Nasce assim os canais privados, a SIC, em outubro de 1992 com uma estrutura mais empresarial e posteriormente a TVI, em outubro de 1993, na altura a Quatro, que demonstrava uma identidade mais ligada à religião, evidenciando isso através do número quatro do canal, que servia para o identificar e “para marcar a conhecida Cruz de Cristo” (Lopes, 2012:18).

A televisão privada veio alterar a oferta tanto a nível da quantidade como a nível “conteúdos, géneros, protagonistas, estilo visual, dinamismo, grafismo e relação com a

audiência” (Torres, 2011:52). A SIC, progressivamente, foi ameaçando o seu maior rival, a RTP, através da introdução de “novelas da Rede Globo, *reality shows*, programas de imitação de estrelas da música, emissões de humor em português e uma informação pro-activa, desprendida das fontes oficiais para privilegiar o cidadão comum” (Lopes, 2012: 19). Contudo, a estação pública de televisão, apesar se estar preparada para a concorrência, “não sabia a fazer programas de entretenimento como os da SIC ou da TVI” (Torres, 2011:53). Sendo assim, a RTP aposta no seu “trunfo que parecia inabalável: o *Telejornal*, o programa mais antigo da televisão portuguesa” (Lopes, 2012:19), aumentando a duração do telejornal de modo a prender a audiência o mais tempo possível.

Em três anos, a SIC passou a ser a estação de televisão mais vista. Já na Quatro, os tempos não foram muito fáceis. Alterações constantes a nível financeiro, instabilidade organizacional e índices de audiências extraordinariamente baixos tornaram o projeto cada vez mais insustentável. (Cf. Lopes, 2012:20)

Nos anos 90, a SIC continua em supremacia, com uma estabilidade organizacional, com êxito nos produtos colocados na grelha e com uma situação financeira estável. A RTP continuava com crises contínuas, mostrando vulnerabilidade às sucessivas mudanças dos responsáveis políticos, dívidas ingovernáveis, não conseguindo encontrar uma oferta apelativa que tivesse “interesse público e do interesse do público” (Lopes, 2012:20). Em 1996, a Quatro passa a TVI, afastando-se definitivamente da Igreja Católica, passando o capital da estação para a Sonae e para a Lusomundo em 1998 e, meses depois, vende a “posição credora do grupo de Belmiro Azevedo ao grupo Media Capital” (Lopes, 2012:21). Nesse mesmo ano, numa parceria entre Sonae, Lusomundo e Cisneros, convidam a 23 de setembro, José Eduardo Moniz para diretor-geral da estação de televisão. (Cf. Lopes, 2012:21)

Dois anos depois, a TVI põe no ar uma grelha com diversas novidades, renovando por completo a sua imagem, trazendo consigo uma grande novidade: o *Big Brother*. Outra mudança que a estação sofreu foi no seu editorial,

abrindo uma enorme janela para a redacção, o Jornal Nacional, mostrava outro jornalismo, preferindo os assuntos nacionais às temáticas internacionais, sobrepondo a vida quotidiana à política, privilegiando o cidadão comum às fontes oficiais, valorizando o registo emocional em detrimento de argumentos de natureza mais racional (Lopes, 2012:21).

Com o aparecimento desta nova programação da TVI, a SIC apresenta um novo programa, *A Febre do Dinheiro*, com o mesmo formato do programa da TVI, *Dinheiro à Vista*. Ainda nesse ano, a TVI estreia *Bora lá Marina*, um formato de humor. E a 8 de abril estreia a

novela de ficção nacional *Jardins Proibidos*, ultrapassando no ano seguinte a novela brasileira da SIC, *Laços de Sangue*. A TVI passa assim um período onde a informação “rasga fronteiras com a opinião e com o espectáculo” (Lopes, 2012:23). Com as audiências a nível da ficção nacional a ultrapassar as produções da Globo, esta conquista um lugar na grelha de programação da TVI, lançando em setembro desse ano três novelas de produção nacional, *Anjo Selvagem*, *Filha do Mar* e *Nunca Digas Adeus*. Neste período a SIC segue uma “estratégia de clonagem de programação da TVI” (Lopes, 2012:24).

Nos vinte anos que se somam ao aparecimento do primeiro canal privado, a televisão tornou-se um extraordinário agente de mudança: mudou o país que somos, mudou o panorama audiovisual português, mudou o entretenimento e as indústrias culturais, mudou o jornalismo, mudou a tecnologia, mudou-nos enquanto cidadãos (Lopes, 2012:11).

Em 1994 chega a Portugal a televisão por cabo. Catorze anos mais tarde, em 2008, chega a Portugal a TV Digital que passa a ter emissão regular em 2009 nos quatro canais nacionais. Depois da chegada da televisão estrangeira por satélite ao país, a televisão por cabo desenvolveu-se rápida e sustentadamente. A televisão por satélite regressa com novas ofertas dos pacotes dos principais operadores de televisão paga por satélite em território nacional, como a ZON, MEO e a Cabovisão. (Cf. Torres, 2011:63)

O preço que se paga pela televisão em Portugal não afasta grande parte da população portuguesa, “pois as alternativas televisivas são mais baratas que outros passatempos e fontes de informação” (Torres, 2011:63). Os operadores dos serviços digitais oferecem serviços que facilitam o acesso e adequam-se ao gosto pessoal de cada indivíduo, permitindo gravar programas e dispondo de uma nova interatividade, transformando a televisão num “medium mais versátil e adaptado ao utilizador, independentemente dos conteúdos” (Torres, 2011:64).

As novas tecnologias veem acrescentar quantidade e entretenimento ao desfrute. Alguns pacotes permitem ao utilizador aceder a mais de canais, modificando assim os seus hábitos. “Com tanta variedade e facilidades tecnológicas na programação e selecção individual, a opção deixa de fazer-se por canais, centrando-se em conteúdos” (Torres, 2011:64).

Em Portugal, o número de casas com cabo era em 2010 superior a quatro milhões, o que correspondia a três quartos das casas existentes em território nacional. Metades destes tinham pacotes de televisão paga. (Cf. Torres, 2011: 64)

Os canais preferidos dos portugueses são os quatro canais nacionais transmitidos de forma gratuita. Em 2009, a RTP1, a RTP2, a SIC e a TVI receberam 81,8% do *share* mais de quatro

quintos do tempo de audiência. Assim sendo, podemos dizer que há pouco tempo os quatro canais monopolizavam a maior parte do tempo dos espectadores. (Cf. *Torres*, 2011:69)

Entre 1999 e 2009 a evolução da audiência revela que houve grandes mudanças e oscilações. A RTP já tinha perdido o seu monopólio baixando até 20,1% de *share* em 2001 estabilizando para 24% em 2004. A RTP2 manteve-se estável nos 4,4% em 2004 subindo depois para 5,8% em 2009. (Cf. *Torres*, 2011:69)

Contudo, foi na SIC e na TVI onde ocorreram mais mudanças. Em 1999 a SIC começou com 45,5% do *share*, quase metade do *share* total da televisão, descaindo depois para 23,4% no ano de 2009. A TVI teve um processo inverso, em 1999 o seu *share* era de 16,6% aumentando para quase 30% em 2001. (Cf. *Torres*, 2011:69)

Em alternativa aos quatro canais nacionais, o crescimento foi mais acentuado, aumentando de 5,5% para 18,2% em 2009, quadruplicando numa década, enquanto a televisão nacional perdeu 13% de *share*. (Cf. *Torres*, 2011:69)

Neste período, de 1999 a 2009, existe uma maior predominância dos canais privados em horário nobre, das 20h00 até às 24h00, principalmente da TVI, nos últimos anos. A RT1 e a RTP2, no mesmo período horário, têm um menor *share* assim como os canais alternativos, que ao longo dos anos têm vindo a apresentar uma subida sustentada. No ano de 2009, os espectadores gastaram um terço do seu tempo com a televisão paga em detrimento dos canais generalistas. (Cf. *Torres*, 2011:70)

“Nos últimos anos, os portugueses têm visto cada vez menos os canais generalistas, preferindo alojar o seu consumo televisivo no cabo” (Lopes, 2012:26), resultado do “cansaço de oferta televisiva” (Lopes, 2012:26) dos canais de sinal aberto. Perdendo “em conjunto para alternativas surgidas nas plataformas de cabo e satélite, hoje diversificadas, atraindo em alguns casos audiências expressivas e chegando a marcar a atenção mediática, como canais noticiosos e alguns de ficção” (Torres, 2011:69).

A SIC e a RTP1, em 2009, têm *shares* de 20%. A RTP2 mantém a sua audiência. Mesmo os canais estrangeiros obtêm audiências que se equiparam ao canal dois da RTP, como exemplo o Hollywood com 2,1%, o Panda com 2,5%, o AXN com 2,9% e a Fox com 1,4%. Estes canais conseguem ultrapassar os canais temáticos portugueses, como a RTPN com 1,7%, a SIC Radical com 1,3%, a SIC Mulher e a TVI24 com 1,1%. (Cf. *Torres*, 2011:70)

Já os canais com assinatura à parte, como a SPORTV e o Disney Channel, em 2009, tinham juntos um *share* de 2,6%. Isto relava o número de portugueses que estavam dispostos apagar por canais específicos de televisão. (Cf. *Torres*, 2011:70)

As audiências revelam que existe uma “fragmentação de gostos e preferências” (Torres, 2011:71) e que o “poder de atracção dos generalistas para as escolhas, se não é de “toda a gente”, pelo menos das maiores minorias” (Torres, 2011:71).

A lista de programas mais vistos neste período de 1999 a 2009 engloba inúmeros eventos ligados ao futebol. Em Portugal, o futebol é o maior denominador comum da população, é transversal a todas as classes sociais, idades e até regiões, reunindo o maior número de pessoas, em simultâneo, em frente aos ecrãs. Só em 2009, “dos 50 programas mais vistos, 19 foram jogos ou derivados do futebol” (Torres, 2011:71) ou programas ligados a esta área, como por exemplo a “Gala FIFA”.

Desta lista dos 50 programas mais vistos, estão incluídos 9 programas de informação desde reportagens a noticiários e debates. A reportagem “Maddie: a Verdade da Mentira” conseguiu ser o terceiro programa mais visto. As eleições legislativas de 2009 também conseguiram mobilizar audiências, estando em quarto lugar na lista dos programas mais visualizados. (Cf. Torres, 2011:71)

Ao longo dos anos, a televisão generalista foi ganhando algum terreno. Em 2012 cada português, segundo a *Marktest*, tinha visto em média, por dia, em casa 4 horas e 40 minutos que no ano anterior.

Nesse ano, a TVI registou um *share* de 26,7%²⁴ mais que no ano de 2011. A SIC e a RTP foram as duas estações de televisão que em 2012, face ao anterior, desceram a nível de *share*. A SIC em 2012 teve 21,8% em 2012 face aos 22,7%. Já a RTP em 2012 teve 18,5%, descendo três pontos percentuais. No geral a televisão por cabo teve, em 2012, 24,3% subindo quase três pontos percentuais face ao ano anterior.

O futebol, principalmente os jogos da seleção portuguesa, para o Euro2012, lideraram as preferências dos portugueses, tendo a SIC (Portugal x Espanha) atingido os 78,3% e a RTP (Portugal x Bósnia) 58,9%²⁵.

Nos canais por cabo, a SIC Notícias, em 2012, atinge os 2,3% de *share*, o Hollywood em comparação ao ano de 2009, desce muito significativamente, tendo em 2012, 1,7% e o Disney Channel consegue subir ligeiramente para os 1,6%²⁶ de *share*.

Ao longo da primeira década do século XXI, a programação da RTP1, da SIC e da TVI não mostrou grandes rasgos de inovação a nível da sua grelha de programação. Manteve-se sempre as “novelas da vida real (...) e a ficção nacional” (Lopes, 2012:26), não havendo

²⁴ Dados retirados do *site* Marktest.

²⁵ Dados retirados do *site* Marktest.

²⁶ Dados retirados do *site* Marktest.

nenhum formato que viesse surpreender o público. Neste período não houve nenhuma mudança, as grelhas repetiam as “fórmulas conhecidas”(Lopes, 2012:26), clonando programas de grande sucesso. Tornou-se um ciclo vicioso, e os canais generalistas têm que quebra-lo. Segundo Felisbela Lopes (2012), tem que se rasgar com as rotinas de produção, impor nos consumos não público, interpelar um “público que vem revelando algum fastio em relação àquilo que as estações vêm proporcionando” (Lopes, 2012:26).

A televisão generalista, em 2013, continuou com a mesma ideia de grelha de programação: a TVI teve um *share* de 22,0%²⁷, a SIC 19,2% e a RTP1 14,8%.

O *talk-show* da manhã da estação de televisão de Queluz, o *Você na TV*, conseguiu um *share* de 37,4% de *share* em comparação aos programas das manhãs das outras estações de televisão. A SIC, no programa da manhã *Querida Júlia!*, conseguiu um *share* de 16,7% e a RTP1 com a *Praça da Alegria* 14,6%²⁸ de *share*.

Quando se fala em horário nobre, a SIC consegue ultrapassar a TVI com a novela de ficção nacional, *Sol de Inverno*, com um *share* de 30,0%, já a TVI consegue um *share* de 27,4% com a novela, também de ficção nacional, *Belmonte*. A RTP1 no horário nobre tem em emissão um programa de cultura geral e de conhecimento, o *Quem quer ser Milionário*, conseguindo um *share* de 11,5%²⁹.

Contudo, a TVI continua em alta quando se fala em novela da vida real. *Secret Story 4* consegue 31,6% de *share* quando transmitido durante o fim de semana. Na mesma a hora, a RTP1 transmite uma série de ficção nacional, *Bem-vindos a Beirais* com um *share* de 12,9%³⁰.

Quando se fala em canais por cabo, durante o ano de 2013, a SIC Noticias teve um *share* de 1,5%, o Hollywood 2,7%, e o canal infantil Disney Channel conseguiu um *share* de 2,0%³¹.

A televisão em Portugal é o principal meio de comunicação, ocupando 99,7% das casas. Cada português está três horas e meia em frente a uma televisão (Cf. Torres, 2011:67).

²⁷ Dados retirados do site Marktest. São dados referentes ao início do mês de novembro de 2013.

²⁸ Dados retirados do site Marktest. São dados referentes ao início do mês de novembro de 2013.

²⁹ Dados retirados do site Marktest. São dados referentes ao início do mês de novembro de 2013.

³⁰ Dados retirados do site Marktest. São dados referentes ao início do mês de novembro de 2013.

³¹ Dados retirados do site Marktest. São dados referentes ao início do mês de novembro de 2013.

1.3 Fontes de informação

“Toda a comunicação humana tem uma fonte” (Berlo *cit. in* Ribeiro, 2006:11). Muitas vezes descrevem-se os meios de comunicação como um reflexo da sociedade, que garantem a pluralidade das ideias. “O jornalista verifica a exatidão do relato e, com padrões e procedimentos profissionais, procura afiançar o relato do mundo “como ele é”, como se fosse um espelho que reproduz a realidade” (Santos, 2003:14).

Mas as notícias que lemos ou vemos são o produto de processos de organizacionais e de interação humana, moldam-se nos métodos usados pelos jornalistas na recolha de notícias, fontes que contactam, exigências organizacionais, recursos e políticas das organizações em que trabalham, géneros noticiosos e as suas convenções (Santos, 2003:14).

“Nas sociedades democráticas contemporâneas, o relacionamento triangular entre políticos, especialistas em relações públicas e os meios de comunicação social assemelha-se a um intrincado novelo, no qual é difícil vislumbrar as pontas do fio e perceber de que forma este se enrola sobre si próprio” (Ribeiro, 2006:6).

Quando se fala dos meios de comunicação anteriormente descritos, diversas são as formas que estes têm para receber e procurar informação: desde as agências de comunicação a assessores de imprensa, de líderes de opinião a cidadãos comuns, de *sites* a *blogs*, de empresas privadas, a públicas, de organizações não-governamentais a associações profissionais. São diversos os tipos de fontes que hoje em dia procuram responder "diariamente às necessidades dos fluxos de informação dos media noticiosos. São como “repórteres” que fazem o trabalho necessário para criar notícias que a imprensa aceite e inclua na agenda" (Duro, 2008:75). Recorrer a uma fonte de informação sugere um comportamento ativo de modo a abastecer-se “de um género (...) naturalmente disponível” (Neveu, 2005:68).

Hoje em dia, qualquer indivíduo pode ser uma fonte de informação e com uma sociedade atual que vive num ambiente pleno de informação e conhecimento, é necessário que jornalista seja cada vez mais cauteloso em relação às fontes de informação a que recorre.

1.3.1 O que é uma fonte de informação?

Nos dias de hoje, a intervenção com vários géneros de imprensa deixaram de ser realizados apenas por parte de fontes ativas, organizadas e contínuas, como os gabinetes de comunicação, e passaram também a ser feitas a partir de "conjunto heterogéneo de agentes sociais que criam factos com 'valores notícia', na lógica de o jornalista ter 'necessidade de acontecimentos'" (Duro, 2008:75).

Na origem do conceito de fonte de informação encontra-se "a pessoa a quem se reconhece competência e seriedade para prestar informação. Na avaliação de uma informação pondera-se o seu valor intrínseco, a possibilidade de a comprovar e a idoneidade" (Público, 1997:129).

Segundo Rogério Santos, uma fonte de informação define-se como atores que os jornalistas observam e entrevistam, de forma a fornecerem informação e sugestão noticiosa "enquanto membros e representantes de grupos de interesses organizados ou não, bem como de sectores mais vastos da sociedade ou do país" (Santos *cit. in* Marinho, 2000:3).

Já segundo Aldo Schmitz, fontes são "pessoas, organizações, grupos sociais ou referências" (Schmitz, 2010:20) envolvidas direta ou indiretamente com os acontecimentos agindo de forma proactiva, ativa, passiva ou até reativa, podendo ser confiáveis, credíveis ou duvidosas, de quem um jornalista consegue informações de maneira identificada ou sigilosa para transmitir ao público.

Herbert Gans define fonte como "pessoa que o jornalista observa ou entrevista e a quem fornece informações enquanto membro ou representante de um ou mais grupos (organizados ou não) de utilidade pública ou de outros setores da sociedade" (Gans *cit. in* Campani, 2010:8).

Para Manuel Chaparro, fontes de informação eram "aqueles que têm algo a dizer e informar, os produtores das ações sociais – atos e falas noticiáveis" (Chaparro *cit. in* Campani, 2010:8).

Assim sendo, uma fonte pode ser uma instituição ou um indivíduo que colabore com os jornalistas na construção da notícia, que projeta ações e/ou forneça informações. A fonte pode ainda assumir um registo material, ou seja, pode ser uma notícia veiculada através de um meio de comunicação social, *post* de um *blog* levando assim o jornalista a investigar. Assim as fontes de informação são como uma "instância incontrolável do processo informativo que impõe quotidianamente aos jornalistas renovados obstáculos" (Lopes *cit. in* Lopes, 2000:2).

1.3.2 Classificação das fontes de informação

Ao longo dos tempos muitos foram os estudiosos que se debruçaram sobre esta temática. No início das pesquisas realizadas em relação às fontes a sua tipificação mostra-se simplista.

Em 1961, Gieber e Johnson consideraram apenas como fonte oficial o objeto de estudo da pesquisa. Contudo esta classificação perante a variedade de fontes representativas de organizações e personalidades, e devido às formas de interferência nos procedimentos jornalísticos, torna-se uma classificação frágil. (Cf. *Schmitz*, 2010:3)

“Apesar de separados por mais de uma década de trabalho, Sigal (1973,1986), Goldenberg (1975) e Hess (1984) observaram a “caixa negra” das fontes de informação e a sua ligação com os jornalistas” (Santos, 2003:18).

Leon Sigal, em 1973, distinguiu os canais de informação analisando o valor da fonte de informação que intervém nas notícias. “As rotinas organizativas e as políticas burocráticas têm um impacto significativo na estrutura de busca de notícias e na forma de conteúdo noticioso” (Sigal *cit.in* Santos, 2003:18). Segundo o autor, as notícias dependem das fontes e da forma como o jornalista a procura. O relacionamento entre estas duas partes na construção de uma notícia, quem aparece e a correlação, são temas que assumem uma grande importância para o autor. (Cf. *Santos*, 2003:18)

Sigal definiu diversos canais de informação e formas de evolução dos canais, com base numa pesquisa de conteúdos a notícias de jornais, classificando-as em três categorias:

Os *canais de rotina* incluem acontecimentos oficiais, comunicados e relatórios, conferências de imprensa e encontros com porta-vozes. Os *canais informais* destinam-se a encontros reservados e restritos, fugas de informação, relatórios de outras organizações noticiosas e entrevistas com jornalistas e editoriais. Finalmente, nos *canais de iniciativa* consideram-se entrevistas conduzidas por iniciativa do jornalista, acontecimentos espontâneos com um testemunho jornalístico em primeira-mão e pesquisa independente e análises dos próprios jornalistas (Santos, 2003:19).

Para Sigal, cerca de metade das fontes são fontes autorizadas pelo governo, uma vez que a parcela maior de informação advém daí.

Molotch e Lester, em 1974, caracterizam um acontecimento público como “uma ocorrência desenvolvida por grupos ou agências que o constroem por meio de rotinas organizacionais” (Santos, 2003:21). Para os autores, estas agências ou grupos dividem-se em três: as fontes caracterizadas como promotores de notícias (*news promoters*) devido à sua intencionalidade de promover algumas ocorrências à categoria de notícia, os profissionais, que transformam as

ocorrências em acontecimentos e os consumidores, que é o público que observa ou lê os acontecimentos publicados. (Cf. Santos, 2003:21)

Segundo os autores, os “jornalistas e as fontes de informação têm *necessidades de acontecimento*” (Santos, 2003:21), isto porque os jornalistas precisam de produto para editar e as fontes de visibilidade e distinção para com outras fontes. Neste estudo, Lester e Molotch partem de duas variáveis: a fonte e o jornalista. O primeiro promove os acontecimentos e o segundo realiza a transformação da ocorrência em acontecimento. Identificam, ainda, quatro tipos de acontecimentos: a rotina, que é a realização intencional; o acidente, que é um acontecimento que revela dados desconhecidos; o escândalo, em que o acontecimento foi informado por alguém não partilhando as estratégias de execução e o acaso feliz, que é um acontecimento menos frequente que normalmente narra a história “de um herói autoproclamado” (Santos, 2003:21).

No estudo de Goldenberg o interacionismo social é fortemente visível. Em 1975, no livro *Making the papers – the access of resource-poor groups to the metropolitan papers*, o autor estudou a relação entre conhecidos e desconhecidos que tem acesso às notícias avaliando também a maneira como os grupos de fracos recursos conseguem chegar aos jornais. (Cf. Santos, 2003:19)

O autor faz distinção entre grupos com fracos recursos e grupos com recursos mais ricos, sendo que estes últimos têm uma maior “probabilidade de noticiabilidade” (Santos, 2003:19). Segundo Goldenberg, os grupos com fracos recursos “procuram alcançar os seus objetivos através da credibilidade, visibilidade, superioridade moral e reputação junto de públicos específicos” (Goldenberg *cit. in* Santos, 2003:19). Já os grupos com maiores recursos são, com assiduidade, as fontes oficiais que lançam comunicados ou até convocam conferências de imprensa que produzem um boa publicidade e oportunidade de notícias. (Cf. Santos, 2003:19)

Da mesma forma que, em 1974, Lester e Molotch, também Tuchman, em 1978, influenciou a sociologia do jornalismo, principalmente no que diz respeito à ideia de notícia enquanto construção social. Para Gaye Tuchman, a sala de redação está dividida em dois discursos, “o da organização noticiosa, que traça estratégias temáticas e objectivos, e o dos jornalistas, que se propõem seguir um percurso de autonomia” (Santos, 2003:22).

Segundo a autora “a notícia não define apenas mas reconstitui significados sociais e formas de fazer coisas” (Santos, 2003:22). A notícia para além de ser o reflexo da sociedade, enquadra os factos, esboça e reproduz as estruturas institucionais. Tuchman divide em três os constrangimentos na produção jornalística: o espaço, que diz respeito à geografia, à

especialização organizativa e à temática; o tempo, que se refere ao ritmo de produção das notícias que podem ser diárias ou pensadas a longo prazo e por fim a tipificação das notícias. “Através da arrumação do tempo e do espaço como fenómenos sociais entrelaçados, a organização noticiosa dissemina uma rede noticiosa” (Santos, 2003:22). Tuchman salienta ainda a produção ativa de significados sociais.

Segundo a socióloga, “o enquadramento noticioso é constituído por sequências da vida quotidiana, pedaços seleccionados da actividade permanente, fluxos inteligíveis e negociáveis no interior da redação. A noticiabilidade é, assim, um produto de negociações planeadas para escolher as ocorrências diárias de entre multitude de acções” (Santos, 2003:23).

Dois anos mais tarde, em 1980, Gans representa um ponto de viragem no estudo de ligação entre fontes de informação e jornalistas. Segundo o autor, as fontes exercem uma “forte influência”(Schmitz, 2010:3) nas decisões dos jornalistas, classificando-as como institucionais, oficiosas, provisórias, passivas, ativas, conhecidas e desconhecidas. Segundo o autor, os jornalistas recorrem a fontes “conforme as suas necessidades de produção e a posição delas na sociedade, considerando a proximidade social e a geográfica” (Schmitz, 2010:3). Para Gans, as fontes não são iguais nem têm a mesma importância, elas vão apenas informar os que lhes convém e na perspectiva que pretendem. Já os jornalistas, para o autor, vão criar laços vinculados, conforme a sua especialização, procurando sempre informações sob ângulos que muitas vezes as fontes não querem revelar. “Cada parte gere a outra, o que indica uma relação de negociabilidade na construção da notícia. Esta negociabilidade depende de incentivos, do poder da fonte de informação, da proximidade social e geográfica face aos jornalistas e do fornecimento de informações credíveis” (Santos, 2003:25).

Ainda nesse ano, Fischman, analisa os elementos fundamentais da criação de uma notícia, tendo como base os conceitos de promotor de Molotch e Lester, e construção social da realidade de Tuchman. “Um acontecimento pode perspectivar-se conforme o momento de divulgação” (Santos, 2003:23). Para o autor o momento em que o acontecimento é relatado faz com que sejam produzidas notícias diferentes.

Fischman analisou a função do jornalista em lugares de permanência. Segundo a definição do autor, estes são espaços sociais a que o jornalista pertence e onde garante a receção contínua de informação. Fischman descreve-os como espécies de rondas, “o carácter repetitivo diário de consulta” (Santos, 2003:23).

“Como os jornalistas se expõem a algumas fontes de informação dentro dos territórios de permanência, a ronda mostra as influências dessas fontes, pela organização interna das

entidades e calendarização das actividades. A ronda e o lugar de permanência permitem ao jornalista detectar o acontecimento” (Santos, 2003:23).

Stephen Hess, em 1984, analisou a utilidade das fugas de informação das fontes em situações de rotina ou de crise. Segundo o autor, tanto fontes como jornalistas procuram ser honestos uns com os outros. Contudo, a situação pode ser contrária quando existem lutas entre fontes permitindo então as fugas de informação. Hess “descreve os jornalistas e as fontes como em reacção uns com os outros, que se movem em círculos de influência” (Santos, 2003:20).

Segundo Manuel Pinto, em 2000, a classificação das fontes está interligada com a perspetiva e o interesse. Este classifica-as segundo: a sua natureza (pessoais ou documentais), a sua origem (pública ou privada), a sua duração (esporádica ou permanente), a sua geografia (locais, nacionais ou internacionais), o grau de envolvimento (primária ou secundárias), a atitude face ao jornalista (ativa ou passiva), a sua identificação (confidencial ou não confidencial) e segundo a sua metodologia ou estratégia de atuação (proactivas ou reativas). Contudo, esta classificação revela-se um pouco bipolar, uma vez que a fonte não “é isso ou aquilo, mas sim uma identidade complexa” (Schmitz, 2010:4).

Lage (2001) descreve a natureza das fontes como: confiáveis, pessoais, institucionais e documentais. Classifica-as como: oficiais, instituições ligadas ao Estado; oficiosas, fontes que não são autorizadas a falar em nome de nenhuma organização e, independentes, quando são organizações não-governamentais. Segundo Lage, as fontes podem ser primárias ou secundárias, consoante a relação que estas têm em relação aos factos ocorridos. Indica, ainda, fontes testemunhas, quando observam diretamente o acontecimento, e fontes “*experts*”, quando estas percebem de determinado assunto. (Cf. *Schmitz*, 2010:4)

Em 2009, Chaparro classifica as fontes em sete tipos: as organizadas, empresas que produzem conteúdos noticiáveis; informais, quando as fontes falam por si mesmas; aliadas, quando estas mantêm uma relação de confiança com o jornalista; aferição, fontes especializadas; referência, pessoas ou até mesmo instituições detentoras de conhecimento, documentais, refere-se a documentos confiáveis e identificados; bibliográficos, como teses, artigos, entre outros. (Cf. *Schmitz*, 2010:4-5)

A maioria das informações que um jornalista recebe é plural e provém de diversos tipos de fontes. O jornalista utiliza essas informações com a finalidade de reforçar ou de confirmar a verdade no relato dos factos. (Cf. *Schmitz*, 2010:6)

“Hierarquizar as fontes de informação é fundamental na atividade jornalística” (Folha de S. Paulo *cit. in* Schmitz, 2010:6), pois a notícia converge na diversidade de opiniões, de relatos, testemunhos, facilitada, hoje em dia, pelas tecnologias, como o telemóvel e a internet.

Uma fonte de informação pode ser classificada de diversas formas segundo um autor ou especialista como se verificou ao longo do texto. Dentro de todas as classificações e teorias acima mencionadas escolheu-se uma, que de certa forma, engloba um pouco de todas as classificações e aborda ambas as partes, o jornalista e a fonte de informação, mostrando-se assim mais completa.

Segundo Aldo Schmitz (2010), a classificação das fontes está dividida em cinco categorias. A primeira tem a ver com a categoria da fonte de informação, pode ela ser primária ou secundária, depende da direção que é dado à notícia. Ela é primária quando fornece informações diretamente ao jornalista e é secundária quando apenas contextualiza, comenta ou analisa o acontecimento.

Todas as fontes de informação têm uma origem e uma contextualização. “Quem informa segundo Charaudeau, é reconhecido pela notoriedade, testemunha e especialização. A representação de uma organização, grupo social ou pessoa” (Schmitz, 2010:9). Sendo assim, falamos da segunda categoria em que Schmitz divide em sete os tipos de fontes de informação. A fonte de informação pode ser oficial, quando pronuncia em nome de órgãos do Estado. Empresarial, quando representa uma corporação a nível da indústria, comércio e/ou serviços. Outro tipo de fontes é a institucional que representa uma organização sem fins lucrativos ou um grupo social. A fonte de informação individual representa um indivíduo, pode ser ele político ou um cidadão comum. Segundo Chaparro, este tipo de fonte humaniza “a narrativa jornalística”(Chaparro *cit. in* Schmitz, 2010:10). Esta também serve para contextualizar uma dada informação. A fonte de informação testemunhal funciona como um “álibi” para a imprensa, uma vez que, viu e ouviu o que aconteceu. Este tipo de fonte pode ser considerado uma fonte fidedigna, uma vez que possui uma posição de neutralidade perante os factos e de independência, assegurando assim o conteúdo jornalístico. Outro tipo de fonte de informação que Schmitz identifica é a fonte especializada. Esta é uma pessoa que é especialista em algum assunto e que tem a capacidade de analisar determinadas consequências de ações ou acontecimentos. Normalmente os jornalistas recorrem a este tipo de fontes de informação para análise de algum assunto ou para obter informações complementares entre outras situações. E, por último, a fonte de referência. Este tipo de fonte, segundo Schmitz, aplica-se às bibliografias

ou documentos que um jornalista consulta para fundamentar os conteúdos jornalísticos. (Cf. Schmitz, 2010:9-12)

As fontes de informação “agem conforme a sua conveniência” (Schmitz, 2010:12-13). Assim, na terceira categoria, Schmitz fala sobre a ação que as fontes de informação têm. Podem ser ativas, proactivas, passivas ou reativas. As primeiras referem-se a fontes de informação que mantém com regularidade um relacionamento com os meios de comunicação, através de entrevistas, salas de imprensa, ou outros. As fontes proactivas aproveitam “a linguagem jornalística e o espaço público em que o jornalismo se transformou, para realizar intervenções discursivas na sociedade, pela via jornalística” (Chaparro *cit. in* Schmitz, 2010: 13). Este tipo de fonte está permanentemente disponível para os jornalistas, fornecendo informações sobre os seus eventos com antecedência. Uma fonte passiva, fornece apenas informações quando solicitadas pelo jornalista, e apenas essa informação. Por último, uma fonte reativa é uma fonte de informação que não se manifesta muito, agindo de forma discreta e usando uma estratégia preventiva e defensiva. (Cf. Schmitz, 2010:12-15)

“Se a fonte não pode ser claramente situada, identificada e confirmada, a deontologia obriga o jornalista a abster-se ou a garantir o sigilo” (Cornu *cit. in* Schmitz, 2010:15). Uma fonte pode fornecer qualquer tipo de informação *on the record*, revelando assim a sua identidade, ou pode escolher o *off the record*, de forma confidencial, onde a informação “serve apenas como auxílio na recolha de informação” (Simão, 2007:22-23). A fonte de informação pode ainda fornecer informação sem qualquer tipo de identificação embora seja identificado o meio onde a informação foi recolhida: *on background*. E ainda existe outro tipo de fonte de informação que não aparece, nem o meio envolvente, contudo toda a informação pode ser difundida: *on deep background*. Assim sendo, Schmitz na quarta categoria classifica as fontes como identificada ou sigilosa.

“Para o jornalista a melhor fonte de informação não é a que sabe tudo, mas a que conta o que sabe...a que tem jeito de jornalista. Sabe observar, valorizar o detalhe e guarda tudo na memória” (Nobalt *cit. in* Schmitz, 2010:17-18). As fontes apresentam qualificações diferentes conforme a sua credibilidade, a proximidade com o jornalista. Sendo assim, surge a última categoria de Schmitz: a qualificação das fontes. Elas podem ser fidedignas, confiáveis ou duvidosas. Uma fonte fidedigna é uma fonte de informação que é selecionada pelo jornalista devido à sua notoriedade, credibilidade e respeitabilidade. São fontes que exercem o seu poder pela sua posição social ou pela proximidade do acontecimento. A fonte confiável é uma fonte de informação que mantém uma relação estável, acessível e articulada com o jornalista. E por

último uma fonte duvidosa “expressa reserva, dúvida, hipótese, e mesmo *suspeita*” (Chaparro *cit. in* Schmitz, 2010:19).

A maioria das notícias que são elaboradas depende do que as fontes contam, do tipo de fontes de informação consultadas e das suas ações.

1.3.3 Relação entre fonte de informação e jornalistas

Um relato jornalístico “é um processo de interação colectiva onde interferem, entre outros aspectos, o poder do jornalista, a dependência das fontes e os constrangimentos da rotina produtiva” (Amaral, 2006:21).

As fontes de informação têm um grau de relevância no desenvolvimento de pesquisas nas mais diversas áreas do conhecimento. A relação que existe entre jornalistas e fontes de informação já retoma o início da atividade jornalística. Contudo, esta relação foi evoluindo com o passar dos tempos. O estabelecimento e a manutenção das relações entre os jornalistas e as fontes de informação compõem uma parte importante na rotina profissional e no processo da notícia.

Um dos primeiros estudiosos que se dedicou ao estudo das relações entre jornalistas e fontes de informação foi David Berlo, em 1960. Segundo o autor, existem quatro fatores que poderão aumentar a eficácia e a fidelidade das fontes de informação, são elas: as suas habilidades comunicacionais, a escrita e a palavra para fontes codificadas e a leitura e a audição, para fontes decodificadas. Estas quatro habilidades reunidas criam uma quinta: o raciocínio. (Cf. *Campani*, 2010:9)

Para além destes fatores, Berlo também considera as atitudes do profissional no dia-a-dia para consigo, para com os outros e principalmente para com o assunto a ser tratado, ter domínio do assunto a ser investigado bem como da área em que a fonte de informação atua e a sua posição sociocultural, uma vez que no meio vivemos pesa na forma de como se constrói a mensagem. A fonte de informação deve dominar o assunto de que irá falar. (Cf. *Campani*, 2010:9)

Com a evolução da sociedade, as fontes de informação começaram a ganhar mais foco e mais importância. “ (...) fontes, jornalistas e público coexistem dentro de um sistema que se assemelha mais ao jogo de corda do que a um organismo funcional inter-relacionado. No entanto, os jogos de corda são decididos pela força, e as notícias são, entre outras coisas, o exercício do poder sobre a interpretação da realidade” (Gans *cit. in* Campani, 2010:12).

Segundo Gans, no jogo que é descrito anteriormente, as fontes de informação têm como objetivo transmitir a informação que lhe convém, contudo o trabalho do jornalista é explorar outros enquadramentos, de modo a obter informações escondidas pelas fontes.

A relação entre jornalistas e fontes de informação, face à difícil distância que a caracteriza, continuará a debater os “poderes” e o domínio, a denunciar intervenções, a acusar comportamentos, mas continuará também a ser marcada por uma convergência de interesses, na medida em que ambos sabem que não podem prosseguir o seu caminho isolado dos interesses de cada um (Duro, 2008:92).

Melvin Mencher refere que “a fonte é o sangue do jornalista” (Mencher *cit. in* Ribeiro, 2006:12). Já Denis McQuail acrescenta que “as relações com as fontes de informação são essenciais aos media noticiosos e, muitas vezes, constituem um activo processo binário. Os *media* noticiosos estão sempre à procura de conteúdos convenientes e conteúdos (nem sempre convenientes) estão sempre à procura de uma saída nas notícias” (McQuail *cit. in* Ribeiro, 2006:12).

“A dinâmica fonte/jornalista não é, de modo algum, linear” (Ribeiro, 2006:12). As fontes de informação são “operadores básicos” da prática jornalística e sem elas não existe jornalismo. Porém, não se pode esquecer que “as notícias não são um espelho da realidade, mas uma representação do mundo e, como todas as representações, são selectivas” (Schudson *cit. in* Morais et Sousa, 2013:193). Isto é, existem pessoas que tomam decisões e que fazem escolhas do que é ou não notícia e, desta seleção, resulta um conjunto de ações e rotinas. “Aliás, ao privilegiar umas fontes em detrimento de outras, o jornalista já está a influenciar o conteúdo das notícias” (Ribeiro, 2006:13).

Assim sendo, temos de considerar “os métodos usados pelos jornalistas na recolha de notícias, as fontes que contactam, exigências organizacionais, recursos e políticas das organizações em que trabalham, géneros noticiosos (...)” (Santos *cit. in* Morais et Sousa, 2013:193).

Para compreendermos ainda melhor a relação que os profissionais de comunicação têm com as fontes de informação, precisamos da definição de campo. Segundo Pierre Bourdieu, campo “é o espaço social estruturado onde, no seu interior, existem relações entre agentes, que providos de competências e técnicas, investem a sua força contra outros agentes” (Bourdieu *cit. in* Morais et Sousa, 2013:193). No mundo jornalístico, campo “é um lugar de uma lógica específica imposta aos jornalistas por meios de condicionamentos e controlos” (Bourdieu *cit. in* Morais et Sousa, 2013:193).

Estes condicionamentos a que Bourdieu se refere têm a ver com as pressões organizacionais próprias dos meios de comunicação e com as pressões que as fontes de informação podem exercer. “O campo de notícia é o espaço de relações sociais em torno de um *enjeu* ou desafio com ganhos e perdas por parte dos agentes intervenientes” (Santos *cit. in* Morais et Sousa, 2013:194).

No principal nível de interação do processo construtivo da informação os protagonistas são, por um lado, os jornalistas ligados a uma organização, cuja missão é transmitir notícias; por outro, os diversos actores que servem (e se impõem) como fontes que fornecem as informações susceptíveis de transformarem em notícia (Amaral, 2006:25-26).

Tendo em conta que o campo jornalístico é um espaço social de interação, os protagonistas deste espaço são as fontes de informação, os jornalistas enquanto produtores de notícias e os recetores da informação.

“O jornalismo funciona como um espaço social onde estão presentes diversas forças em disputa pelo *poder simbólico* de construção da realidade” (Amaral, 2006:25). Sendo assim, na origem da agenda jornalística estão em causa duas concepções, ou resulta de uma procura autónoma pelo jornalista ou “corresponde às lógicas dos líderes, organizações políticas, instituições ou grupos de pressão que constituem as fontes de informação dominantes” (Amaral, 2006:25).

Mauro Wolf (1987) e Rogério Santos (2003) defendem que “as fontes de informação são um factor determinante para a qualidade de informação produzida pelos meios de comunicação social” (Amaral, 2006:25).

Nas sociedades atuais, o campo jornalístico tem vindo a mudar o “alvo da acção estratégica de diferentes agentes sociais” (Morais et Sousa, 2013:194), que procuram fazer coincidir as suas necessidades de acontecimentos com as dos jornalistas.

A verdade é que os jornalistas das redacções deixaram de ser os únicos a pensar na edição do dia seguinte. O projecto da próxima edição tornou-se uma criação partilhada entre profissionais que, nas redacções, têm a atribuição e a responsabilidade de decidir o que publicar, como publicar, e aqueles que, actuando nas instituições produtoras de acontecimentos, municiam de conteúdos e ideias os pontos estratégicos das redacções, com informações jornalisticamente ordenadas, propostas de pauta, fotografias, materiais de suporte ou de consulta, e até textos prontos, de artigos que, no dia seguinte, talvez recheiem as chamadas páginas de opinião (Chaparro *cit. in* Morais et Sousa, 2013:194).

Manuel Chaparro acrescenta ainda que “na hora de escrever, na rotina da produção e dos procedimentos profissionais (os conscientes e os inconscientes), a perspectiva das fontes influencia, inevitavelmente, a decisão jornalística – e quanto mais competentes elas se tornam, mais capazes são de determinar enfoques, relevâncias e até títulos, na narração jornalística” (Chaparro *cit. in* Ribeiro, 2006:13).

Segundo Lester e Molotch (1975), o poder que as fontes de informação possuem está na sua capacidade de “criar acontecimentos públicos, ou seja, da mesma forma que os jornalistas têm os seus critérios de definição de rede noticiosa, as fontes criam critérios tendo em conta a rede de mediatização” (Santos *cit. in* Morais et Sousa, 2013:194).

Por outro lado, Leon Sigal (1973), defende “a ideia de que os conteúdos das notícias dependem daquilo que as fontes transmitem e do tipo de fontes consultadas (oficiais ou não oficiais), apesar da mediação dos *news media* e dos jornalistas” (Sigal *cit. in* Ribeiro, 2006:13). Seguidor das mesmas ideias, Rogério Santos refere que “o jornalista raramente está em posição de observar o acontecimento – ele precisa de alguém que lhe faça um relato o mais correcto possível, que é a fonte” (Santos *cit. in* Ribeiro, 2006:14).

A procura por fontes de informação por parte dos jornalistas, no sentido de dar publicidade aos temas, mobiliza-se em certas ocasiões “sob o jogo entre o privado e o público” (Morais et Sousa, 2013:195). “É neste jogo pela visibilidade que os jornalistas surgem enquanto actores que têm o papel de seleccionar, enquadrar e contextualizar as informações que obtém junto às fontes” (Mazzarino *cit. in* Morais et Sousa, 2013:195).

Contudo, neste jogo as fontes de informação também têm o seu papel, principalmente aquelas que têm maior poder, credibilidade e proximidade dos profissionais de comunicação. Estas aproveitam para mostrarem-se sempre disponíveis, antecipando a necessidade de informação, “difundindo-a de acordo com critérios próprios que tentam fazer coincidir com os critérios de noticiabilidade” (Santos *cit. in* Morais et Sousa, 2013:195).

Apesar de que qualquer cidadão possa ser uma fonte de informação “cultivar uma fonte é um processo que envolve uma lógica diferente, que tem subjacente um ‘jogo de interesses’ e uma relação de troca permanente” (Morais et Sousa, 2013:195).

Hoje assiste-se a uma progressiva sofisticação de manipulação por parte das fontes relativamente aos jornalistas. “Apesar das transformações positivas da indústria mediática, como a evolução profissional dos jornalistas, permanece o balanceamento entre o ‘real’ e o ‘virtual’, entre ‘factos relatados’ e ‘factos criados’, entre acontecimentos e ‘pseudo-acontecimentos’” (Mesquita *cit. in* Amaral, 2006:27).

Estrela Serrano refere que as estratégias de comunicação política passam “pelo recurso à criação de acontecimentos destinados a atrair os jornalistas para o terreno, no qual os promotores possuem uma capacidade de controlo e de influência” (Serrano *cit. in* Amaral, 2006:28). Na área do poder político, a independência do jornalista pode deslizar, enquanto valor ético, pois é nesta área que, muitas vezes, se encontram as melhores fontes de informação.

As fontes promotoras do poder político direcionam as suas ações para a criação de pseudoacontecimentos, de modo a parecerem acontecimentos verídicos. Muitos grupos e instituições sabem que a sua visibilidade e a sua importância dependem de como agem sobre a opinião pública, através dos meios de comunicação social. “Produzir factos, chamar os jornalistas para testemunhar, distribuir comunicados, e mostrar-se disponível para facilitar o seu trabalho de recolha e tratamento noticioso. (...) A produção jornalística é, por excelência, um espaço de disputa de forças muito complexo” (Amaral, 2006:29-30).

A escassez de tempo e de recursos humanos, bem como a abundância de acontecimentos levam a que os jornalistas, com base no “jogo de interesses”, escolham muitas vezes fontes de informação que sejam estáveis e regulares. Segundo Victor Amaral (2006) existe “uma rede estável de fontes, maioritariamente institucionais, que alimentam as necessidades de cobertura informativa da qual se alimenta todo e qualquer órgão de informação” (Amaral, 2006:27).

Na realidade, as instituições de poder e as pessoas que as representam têm sempre mais vantagens quando compradas com um cidadão, uma vez que “qualquer coisa que digam ou façam tem características de conteúdo noticiável, por causa dois atributos dos poderosos: a notoriedade (...) e a capacidade de gerar consequências no quotidiano das pessoas” (Chaparro *cit. in* Amaral, 2006:30).

Ao darem supremacia às fontes de informação mais poderosas, os jornalistas criam os chamados “definidores primários dos assuntos” (Hall *cit. in* Morais et Sousa, 2013:195). Ao colocarem as fontes de informação nesta posição, elas passam a definir enquadramentos e as formas como o assunto deve ou não ser abordado. Segundo Schlesinger, “os meios de comunicação ajudam a reproduzir e manter as definições da situação que favorece os poderosos não apenas por recrutarem estes nos estádios iniciais em que os assuntos são estruturados mas favorecendo certos modos de colocar os temas e manter uma estratégia de áreas de silêncio” (Schlesinger *cit. in* Morais et Sousa, 2013:195-196).

Já Stuart Hall refere que “os meios de comunicação social tendem a reproduzir, do ponto de vista simbólico, a estrutura existente do poder na ordem institucional da sociedade” (Hall *cit. in* Morais et Sousa, 2013:196). A criação de fontes de informação de rotina para além de adquirir

maior eficácia, estabilidade e legitimidade no trabalho, também adquire dependência condicionando a pluralidade jornalística e contribui para a redução da procura autónoma de fontes de informação por parte do jornalista para a criação da agenda. (Cf. *Moraes et Sousa*, 2013: 196)

Todavia, tem existido cada vez mais instituições que tem vindo a desenvolver mecanismos para lidar com os profissionais de comunicação, sobretudo os gabinetes de assessoria de imprensa, que se tornam especialistas no conhecimento das lógicas do tempo, do enquadramento, do raciocínio e o funcionamento dos média.

A dúvida será de perceber se as fontes estão a servir o jornalista, de modo a que este possa corresponder ao serviço do interesse geral dos cidadãos, ou em benefício próprio tirando partido de determinados interesses conflituosos para o interesse público.

Assim sendo, estamos perante algumas implicações neste “jogo de relações” e de interesses recíprocos entre jornalistas e fontes de informação. Por um lado, temos os jornalistas que procuram obter informações inéditas,

confirmação ou desmentido para informações obtidas noutras fontes, dissipação de dúvidas e de desenvolvimento de matérias, lançamento de ideias e de debates, fornecimento de avaliações e recomendações de peritos, atribuição de credibilidade e de legitimidade a informações directamente recolhidas pelo repórter (*Pinto cit. in Amaral*, 2006:38).

Por outro lado, as fontes de informação procuram

a visibilidade e atenção dos média, a marcação da agenda pública e a imposição de certos temas como foco de atenção colectiva, angariação de apoio ou adesão a ideias ou a produtos e serviços, a prevenção ou reparação de prejuízos e malefícios, a neutralização de interesses de concorrentes ou adversários e a criação de uma imagem pública positiva (*Pinto cit. in Amaral*, 2006:38).

Esta é uma estrutura fundadora do próprio sistema de comunicação, composta por interações e negociações permanentes.

1.3.3.1 Fonte de informação, jornalistas e o regional

Vivemos numa época contraditória. Nunca existiu imensa ferramenta disponível à mão de toda a gente, tanta interligação e tanta comunicação. Em simultâneo, a necessidade de estar em contato tornou-se cada vez maior.

Segundo Carlos Camponez (2002), a era da globalização proporcionou um distanciamento. Segundo o mesmo, “quando as notícias longínquas nos chegam à hora dos noticiários da noite, apercebemo-nos que nada sabemos do que se passou ao fundo da nossa rua” (Camponez *cit. in* Duarte, 2010:2). Assim sendo, perguntamo-nos: num espaço global, como este, onde fica o regional?

Durante o século XXI, os media deparam-se com novos e grandes desafios como o nascimento do ciberjornalismo³²: o cidadão passa a ter um papel enquanto “jornalista” e o jornalismo de proximidade acolhe os media regionais.

“Seremos, então, levados a compreender que o local e o global não são extremos que se opõem, mas espaços que interagem, ainda que de forma desequilibrada. (...) O local é o lugar de compromissos comunicativos, que tanto podem direccionar-se para as denominadas de lugar como para as lógicas globais mais desterritorializadas” (Camponez *cit. in* Duarte, 2010:2).

Vitor Amaral (2006) refere que a imprensa local “é um importante desafio, num contexto da globalização propícia à ideia de crise de identidade do jornalismo enquanto construtor do espaço público e da própria cidadania” (Amaral, 2006:42).

As pequenas comunidades têm os seus próprios títulos na imprensa, dão a conhecer as notícias e as histórias da sua região, num trabalho que nasce em colaboração com essa mesma região.

A proximidade “é um dos factores mais poderosos no momento de escolher uma notícia” (Fontcuberta *cit. in* Amaral, 2006:42). A questão da proximidade não é uma questão que se restringe só aos media locais e regionais, mas sim transversal ao jornalismo. Demarcando-se, contudo, nos media regionais e locais, uma vez que estes desfrutam de uma maior influência junto do público de uma determinada área geográfica, conferindo um carácter de proximidade noticiosa.

Frederico Correia, jornalista da SIC em Viseu, em entrevista à autora, refere que “todos os jornalistas têm proximidade com as fontes, (...) no jornalismo regional o relacionamento é

³² O ciberjornalismo é a fusão da Internet com o jornalismo. Este novo jornalismo mantém os princípios básicos do jornalismo tradicional. Contudo acrescenta mais cinco elementos que o definem: multimédia, hipertextualidade, instantaneidade, interatividade e universalidade.

mais (...) próximo” (Correia, 2013). Para o jornalista, quando se fala dos meios de comunicação regionais é “inevitável” a “distância ser menor, pela área de atuação ser mais pequena, pela frequência de contacto ser mais habitual” (Correia, 2013).

Já segundo Mila Brigas, jornalista da Universidade FM, em entrevista à autora, “a proximidade é relativa” (Brigas, 2013). Contudo refere que a proximidade entre jornalista e fontes de informação “pode ser muito importante na medida em que a fonte pode tornar-se mais interventiva” (Brigas, 2013).

“A proximidade é importante pois são as fontes que a cada passo vão dando dicas importantes sobre acontecimentos que os órgãos de comunicação social levam à antena” (Cabral, 2013), revela Miguel Cabral, jornalista da TVI em Vila Real, em entrevista à autora.

Este fator de proximidade faz com que o trabalho do profissional de comunicação regional “seja mais penoso e, ao mesmo tempo, mais aliciante. Requer-se astúcia e a perspicácia de impor como valor notícia (...) a região, através das suas fortalezas, fraquezas, ameaças e oportunidades” (Amaral, 2006:56). Exige o “necessário ao cumprimento do seu trabalho. Embora respeitando sempre o princípio: a notícia só deve ser se for notícia. Ou seja, nunca um assunto deve ser notícia por conveniência do jornalista ou da fonte” (Correia, 2013).

Muito do que hoje é a produção informativa ao nível regional não contém apenas a tradicional edição seja ela televisiva ou radiofónica, cada vez mais existem edições *on-line*. López Garcia diz que “todos os sistemas de comunicação social têm a sua origem no local. É a sua capitalização política e económica, e consequente profissionalização, que os transforma em globais. Que lhes garante, pela força da difusão, uma cobertura de maior amplitude, nomeadamente à escala global” (Garcia *cit. in* Amaral, 2006:47).

No atual cenário, muitas vezes a rapidez de comunicação nem sempre é proporcional à sua qualidade, os meios de comunicação regionais são vistos como uma “espécie de plataforma de mediação social directamente implicada com o debate e discussão racionais sobre os problemas das comunidades” (Amaral, 2006:47). Esta ação de proximidade pode significar uma espécie de “conversação familiar alargada” (Camponez *cit. in* Amaral, 2006:47).

Segundo Joel Teixeira, repórter de imagem da TVI em Vila Real, em entrevista à autora, nos “meios mais pequenos há (...) uma maior proximidade para com as fontes de informação, porque essas fontes são sobretudo de pessoas conhecidas e pessoas com as quais o jornalista se vai cruzando várias vezes” (Teixeira, 2013).

Esta proximidade que os meios de comunicação regional criam faz com que não esteja em causa seja apenas uma relação com a região, mas que recrie ou crie a própria região,

conferindo-lhe visibilidade, envolvendo “actores sociais e políticos” (Amaral, 2006:47), ampliando a sua identidade, dando voz às necessidades, questionando diretrizes e projetando linhas do futuro (Cf. *Amaral*, 2006:47).

Esta relação de proximidade com o público faz com que o jornalismo regional seja “mais humano e mais verdadeiramente social” (Camponez *cit. in* Amaral, 2006:48), representando também responsabilidade e risco. Ao estabelecer uma relação mais estreita e mais convivial, os meios de comunicação regionais obrigam-se a ter um maior cuidado a nível de conteúdos informativos. “O jornalista deve ser íntegro para perceber que a proximidade não deve afectar o seu profissionalismo” (Correia, 2013).

“Uma fonte de informação tem que ser sobretudo de confiança (...) mantendo uma relação maior de proximidade. Bem como estabelecer uma boa relação de entreajuda” (Teixeira, 2013) assim “quanto mais próxima a fonte estiver do jornalista, mais o jornalista vai conhecendo a fonte e até que ponto pode ou não confiar nela” (Brigas, 2013).

A proximidade que se tem vindo a falar não pode ser confundida com cumplicidade ou aproximação tática que pode vir a comprometer o ideal que o cidadão tem no seu meio de comunicação regional. “A relação de familiaridade subjacente à sua acção, (...) não pode significar, na prática, o domínio de patronos e submissão aos seus mandos” (Amaral, 2006:49).

Segundo McLuhan, “os media alteram profundamente a relação do homem com o seu meio envolvente” (McLuhan *cit. in* Amaral, 2006:49), tornando-se adequado realçar projetos da comunicação local, onde a mais valia “é a sua relação mais directa com os cidadãos e com os seus espaços de socialização pessoal e profissional” (Amaral, 2006:49).

Ao jornalismo regional cumpre-lhe a obrigação de ser mais interventivo, atento e credível. Por isso, “é possível criar sinergias positivas, fazer com que as populações se envolvam e se sintam mais próximas, mais identificadas com a sua localidade, capazes de com maior facilidade combater o síndrome dos dormitórios. E mais exigente para chamar até si os seus representantes locais e nacionais” (Helena Bacelar *cit. in* Amaral, 2006:50).

CAPÍTULO II

Entidades Acolhedoras e Atividades

Este capítulo centrar-se-á nas entidades nas quais eu realizei os meus estágios e das atividades realizadas ao longo dos mesmos.

Na televisão, o Porto Canal, que já conta com sete anos de emissão e é um canal de televisão de abrangência nacional com uma grelha diversificada e direcionado para o grande público. É um canal que incide a sua cobertura jornalística dando voz ao Norte do país, não esquecendo, contudo a generalidade nacional, uma vez que o canal continua em expansão. Dentro deste ponto será abordado o local onde fiz o meu estágio, a produção. Este era dividido por quatro produtores e eram eles que “geriam” as informações que a estação de informação recebia.

Na rádio, a Universidade FM, uma rádio mais regional que tem a sua sede em Vila Real e já conta com mais de vinte e cinco anos de emissões. É uma estação de rádio que tende a crescer e a conciliar os interesses da região com os da Universidade local. Neste ponto descreverei ainda os programas realizados durante os três meses de estágio.

Para além destes dois pontos acima mencionados serão também abordados neste capítulo as atividades desenvolvidas ao longo dos seis meses de estágio.

2.1 Apresentação da entidade acolhedora: Porto Canal

Com a evolução dos tempos a nossa sociedade tornou-se numa sociedade de informação, onde a comunicação se tornou numa peça fundamental. Hoje em dia o jornalismo em Portugal tornou-se um jornalismo baseado no lado sensacionalista da notícia que é o que a sociedade tanto pede e vê. Cada vez estão mais desprendidos do poder político, contudo são cada vez mais os casos que os envolvem. Em contrapartida, estão cada vez mais dependentes do poder económico.

O Porto Canal é um canal de televisão, de abrangência nacional, constituído por uma grelha diversificada, direcionada para todo o grande público.

Sediada na Senhora da Hora, Matosinhos, a estação de televisão dedica-se à transmissão de notícias e eventos que ocorrem na Região Norte do país.

Nasceu a 29 de setembro de 2006, quando iniciou as primeiras emissões, como uma forte aposta na informação de interesse específico para os concelhos que incorporassem a zona do Grande Porto, contando com a colaboração de empresas, autarquias e entidades como a Universidade do Porto.

Em 2009 o canal deixa de se centrar unicamente na região do Grande Porto abrindo-se à restante região nortenha, com diversos programas dedicados à região.

No ano seguinte, abre três delegações piloto: Trás-os-Montes (sede em Mirandela), Alto-Minho (sede em Arcos de Valdevez) e Tâmega (sede em Penafiel); só mais tarde, no início de 2011 abre mais três delegações em Guimarães (sede em Guimarães), Braga (sede em Braga) e Douro (sede em Vila Real); em 2012, abre delegação em Lisboa (sede Agência Lusa) e em 2013, no decorrer do meu estágio, abre delegação em Aveiro (sede Aveiro).

A 1 de agosto de 2011, o Porto Canal, passa a ser gerido pelo Futebol Clube do Porto, através de uma parceria com os donos do canal, a espanhola *MediaPro*. A partir desta parceria o canal começa a crescer, mudando por completo a grelha de programação e a própria “máquina” do canal. Para além de ser um canal noticioso, o desporto passa a fazer parte do canal.

Durante a semana passa a apostar numa grelha mais direcionada às pessoas que permanecem mais em casa, apostando em programas de conversa como as “Grandes Manhãs” e o “Porto Alive” da parte de tarde. Conta com três blocos de informação com 55 minutos, às 13 horas, às 20 horas e às 24 horas, e durante a tarde com dois pequenos blocos de informação, às 17 horas e às 18 horas.

Durante o fim de semana, o canal passa a apostar numa grelha mais direcionada para o desporto, transmitindo jogos de basquetebol, hóquei patins, andebol e de futebol ligados ao F.C. Porto. E conta com apenas um bloco informativo às 20 horas.

A nível de recursos humanos o Porto Canal tem vindo a crescer, contando já com 20 jornalistas (12 jornalistas que estão na sede e 8 que se distribuem pelas 8 delegações existentes), 10 operadores de câmara, e 10 produtores (4 de informação e 6 de entretenimento).

A 10 de janeiro de 2012, Júlio Magalhães é apresentado por Jorge Nuno Pinto da Costa, presidente do FC Porto, como diretor-geral do canal, exercendo funções apenas a 1 de fevereiro do mesmo ano.

Com o *slogan* “O Norte começa aqui” vê-se claramente a intenção do canal em dar voz ao Norte do país, não esquecendo, claro, a generalidade nacional, uma vez que é um canal que continua em expansão.

Mas apesar da temática regional prevalecer, o canal pretende, aos poucos, tornar a sua programação mais heterogénea apostando em programas ligados à música, história, turismo, entre outras, enquadrando assim a sua programação num universo comum entre os espectadores e a região.

O Porto Canal, neste momento, tem cobertura nacional em alguns sistemas de transmissão por cabo e satélite, nomeadamente MEO (posição 14), ZON (posição 13), Vodafone (posição

13) e Clix (posição 12). Tem ainda um *site* (<http://portocanal.sapo.pt/>), renovado recentemente, onde se pode ver a reportagem que são realizadas, a programação e os conteúdos programáticos.

E como hoje em dia, um meio de televisão tem de acompanhar a evolução da sociedade, o Porto Canal apostou também numa página a rede social, *Facebook* (<https://www.facebook.com/pages/Porto-Canal/156413471053100?fref=ts>), que conta já com 41 mil e 18 fãs. Os conteúdos da página são basicamente informação rápida e de fácil leitura, assim como vídeos ou fotografias alusivas ao canal. Cada delegação também conta com uma página pessoal onde são divulgadas todas as reportagens realizadas.

As audiências da estação de televisão do norte registaram um crescimento exponencial depois da emissão da nova grelha de programação, que começou a ser emitida a 30 de janeiro de 2012.

No período de 30 de janeiro a 5 de fevereiro de 2012 a audiência média diária na sua área de influência 2,08 aumentando para 4,71 no período de estreia de programas. Em comparação com o mesmo período do anterior regista-se um crescimento de 133% para 147%. Dentro da oferta da TV cabo, o Porto Canal ocupar o lugar no grupo de canais como a Sport TV, Fox Life, FOX, Sic Mulher entre outros.

O canal alarga as suas fronteiras. Para além da transmissão nacional, o Porto Canal já chega a Moçambique, Angola e centro da Europa.

2.1.1 Descrição do local específico de estágio: Produção

O Porto Canal encontra-se dividido em duas áreas: a produção de programas de entretenimento e o departamento de informação, onde se realiza a produção de informação.

Este departamento é composto por uma chefe de redação, no qual incube a tarefa de realizar a agenda do dia seguinte e decidir se alguma notícia de última hora pode ser ou não realizada, bem como o elo de ligação entre a redação e a direção. Por coordenadores, normalmente são dois, um pivô e outro que supervisiona as peças e presta auxílio. E pelos produtores de informação que filtram toda a informação que chega à redação bem como a orientação de diversos programas.

Foi na parte da produção, onde estive inserida, durante três meses. Esta era composta por quatro elementos fixos, que trabalhavam por turnos, mais estagiários. Dentro desta “seção” o trabalho era distribuído pela seguinte maneira: um produtor da agenda das delegações, que seleciona toda a informação vinda das autarquias ou instituições das delegações que pertencem à estação, e é também produtora do programa “Pólo Norte”. Um produtor da sede, que fica

encarregue de seleccionar toda a informação que vem das autarquias ou instituições do Grande Porto, tendo ainda a seu cargo a produção do programa “Pena Capital” e dos *dossiers*. Um produtor que fica a cargo do programa “Conselhos e Negócios” e ajuda nas agendas ou na colocação de peças no sistema vindas das delegações. E por fim o quatro elementos ajuda no que for necessário, e sugere notícias que podem vir a ser notícia para o canal e produz o programa “Mentes que Brilham”.

2.1.2 Esquema hierárquico do Porto Canal

“As organizações compõem-se de vários subsistemas comunicacionais, destinados a cumprir diferentes propósitos: instruções, informação, persuasão, integração e inovação. Um determinado acto comunicacional destinado a cumprir um resultado atinente a um desses subsistemas pode contribuir ou não para um resultado organizacional final.” (Rego, 2010:115)

Sendo assim o Porto Canal apresenta o seguinte organigrama:

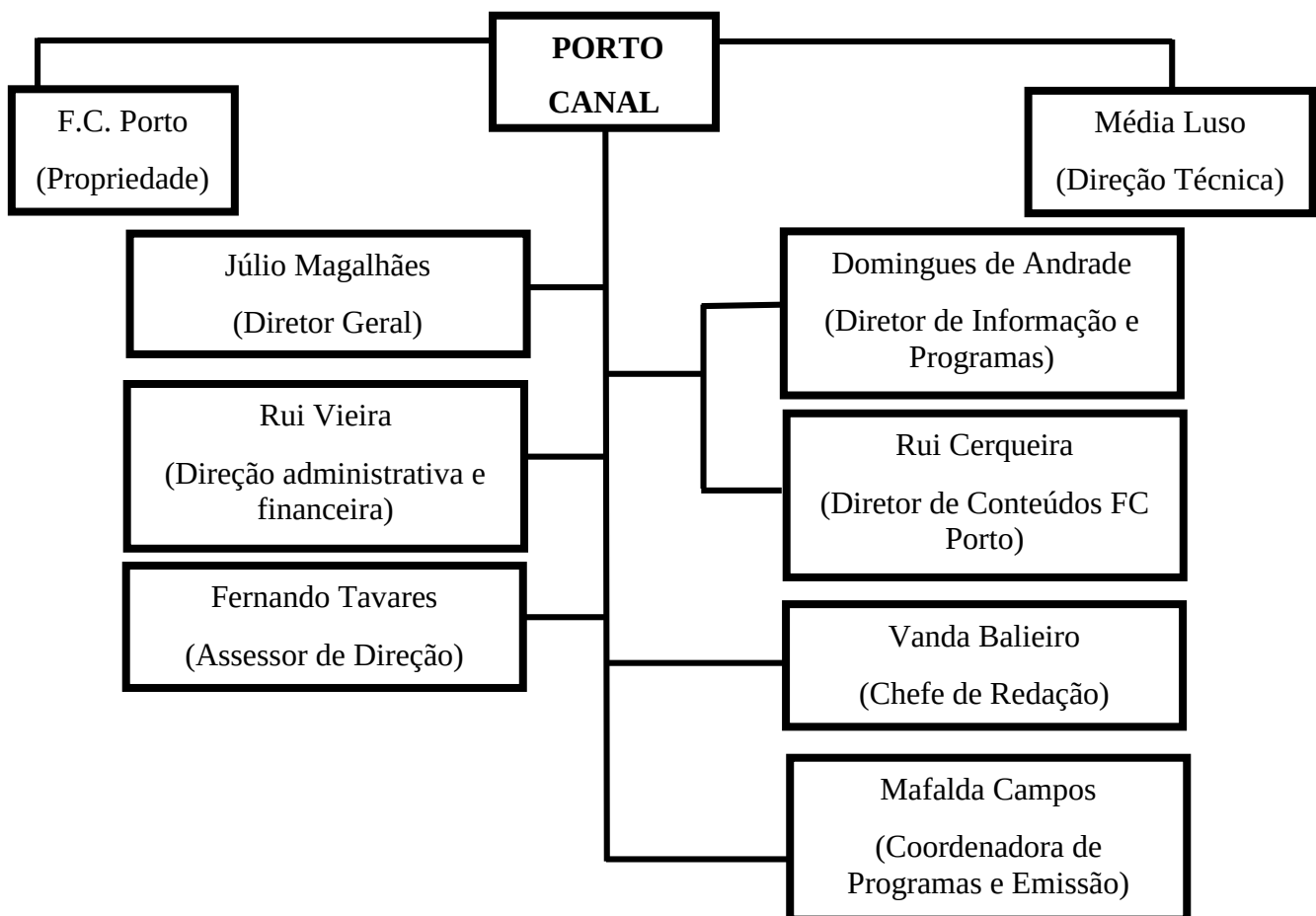


Figura 1: Organigrama do Porto Canal

2.2 Apresentação das atividades realizadas

O meu estágio decorreu entre o dia 2 de janeiro e 29 de março de 2013. No primeiro dia de estágio a chefe de redação teve uma reunião connosco, onde explicou as condições do estágio: horário definido por turnos – 8horas às 17horas; 12horas às 21horas e 16horas às 24horas, e teríamos que fazer pelo menos um fim de semana por mês. Os turnos eram escolhidos entre estagiários com supervisão dos produtores para não ficamos todos à mesma hora.

2.2.1 Rondas

Dependendo do horário que teria durante a semana havia uma tarefa que era de cariz diário, fazer rondas (ver anexo 1). Esta tarefa consistia em ligar para todos os números de uma lista que tínhamos, onde continha os números mais importantes do distrito do Porto, quer Bombeiros, PSP, GNR, Brigada de trânsito entre outras entidades. Esta tarefa teria de ser realizada de duas em duas horas, para não nos passar ao lado nenhuma possível notícia.

Se durante esta tarefa, houvesse algo que nos chamasse atenção, teríamos logo de tomar as devidas anotações: Como? Quando? A que horas? Existem mortos? Feridos? Quantos? Quantas viaturas estavam no local?; e depois reportar toda a informação à chefe de redação ou ao coordenador do dia para ver se mandaríamos alguma equipa ao local ou não.

Durante uma ronda realizada tomei conhecimento de uma derrocada perto da ponte D. Luís II. Reportei a ocorrência ao coordenador, ele viu as equipas que tínhamos e mandou uma para o local para fazermos um direto. Enquanto o coordenador verificava a equipa, tive de voltar a ligar para os sapadores do Porto, para saber mais pormenores sobre o que tinha acontecido para poder fornecer todas as informações possíveis ao jornalista que ia. Perguntando também quem era o comandante dos bombeiros que poderia falar connosco em direto para o jornal.

Este é um de muitos exemplos que podemos obter durante as rondas, por isso é que eles apostam muito nesta tarefa. Pois nem sempre a agenda do dia é rica em notícias, e principalmente ao fim de semana, o canal aposta imenso nas rondas.

2.2.2 Push-ups

Outra tarefa de cariz diário que muitas vezes fazia eram os *push-ups* (ver anexo 2). Estes consistem em pequenas e rápidas informações que passam em rodapé durante o jornal. Estes encontravam-se distribuídos por três categorias: Norte, País e Mundo. A categoria do Norte incluía todas as delegações que o Porto Canal cobria. A categoria País agrupava todas as restantes notícias do país e a categoria Mundo englobava todas as notícias internacionais que marcavam as manchetes dos jornais nesse dia. Logo de manhã liamos os jornais on-line e

impressos e víamos quais as notícias que marcavam o dia consoante as categorias acima mencionadas.

2.2.3 Teleponto

Para além destas duas tarefas, outra tarefa que no início do estágio tinha um cariz diário, mas que no final deixou de o ser, era a passagem do teleponto durante os diretos ou em programas gravados, como Sínteses, Jornal das 13h, entre outros. Para esta tarefa era sempre destacado um estagiário. Esta tarefa consistia em passar o teleponto num computador que estava no estúdio ao pivô que iria gravar ou apresentar em direto algum programa. Abrimos a *pen* com documento que o pivô nos dava e colocávamos num programa próprio e depois era só subindo ou descendo consoante a leitura do pivô.

2.2.4 Agenda

Agenda foi uma das tarefas que também realizei durante o meu estágio. Esta é, sem margens de dúvida, a ferramenta mais importante deste órgão de comunicação social. A agenda é a base de todos os trabalhos da redação, uma vez que era através dela que a chefe de redação, ao fim de cada dia, escolhia as reportagens que se realizavam no dia seguinte. A agenda está dividida em dois ficheiros Excel, uma para agenda da sede (ver anexo 3) e outra para a agenda das delegações (ver anexo 4), divididas por meses e dias, e em cada folha tínhamos diversos campos a preencher: quem colocou, fonte de informação, localidade, assunto e contactos. Esta tarefa é muito importante, pois tínhamos de estar muito atentos a todos os pormenores dos press-release ou dos *e-mails* enviados, para que a informação essencial constasse na agenda, para depois quando a chefe de redação e mais tarde os jornalistas não ficassem sem falta de informação.

Era uma tarefa que exigia de quem o fazia uma enorme atenção. Todos os dias o Porto Canal recebe centenas de *e-mails* tanto na sede (Porto) como nas delegações. A filtragem dos assuntos dos quais são importantes para o canal começa desde já na pessoa que recebe e coloca esses *e-mails* nas agendas e depois futuramente na chefe de redação leva mais uma nova filtragem. Para além da filtragem é necessário estar atento a todos os pormenores descritos para que toda a informação necessária seja colocada de forma sucinta e explicada tanto para o jornalista como para a chefe de redação.

Na agenda das delegações, cada delegação tinha uma cor destinada para que fosse mais fácil saber de que região se tratava e quais os eventos existiriam naquele local.

2.2.5 Contactos

Contactos foi outra tarefa que tive que fazer. Agendar reportagens para o dia seguinte, ou o mais rápido possível. Consoante a tarefa anterior descrita muitas reportagens eram agendas, contudo era necessário agendar com as pessoas que devíamos entrevistar, o local e a hora que o jornalista se podia encontrar com os protagonistas da notícia. Normalmente esta tarefa era feita através do contacto mais direto, o telefone. Ligávamos para a pessoa em questão e tentávamos ao máximo agendar a reportagem e de seguida atualizávamos de novo a nossa agenda para que o jornalista que fizesse essa reportagem soubesse mais pormenores e que nada falhasse.

A maior dificuldade nesta tarefa, por vezes era coordenar os horários entre a nossa agenda e os entrevistados devido às escassas equipas que tínhamos.

2.2.6 Dossiers

Muitas vezes as notícias rareiam, e uma estratégia que o Porto Canal usa para cobrir esse défice de notícias, é a construção de *dossiers* diários. Estes eram temas sugeridos pelos estagiários ou pelos próprios produtores, que depois na reunião de redação eram discutidos e podiam ou não ser aprovados. Normalmente cada *dossier* dava em média duas peças. Ao longo do estágio fiz diversas propostas para os *dossiers* e algumas foram aceites, sendo que posteriormente fui quem fez os contactos com as pessoas. O agendamento das entrevistas normalmente eram encarregues à produtora dos *dossiers*, mas como cada produtor exerce diversas funções às vezes era-nos incumbida essa tarefa.

2.2.7 Receção de Convidados

Outra função que exerci dentro do Porto Canal foi a receção de convidados. Ia recebê-los à entrada do canal e depois dirigia-os para a sala de maquilhagem. Assim que me dessem ordem para os colocar em estúdio, dada normalmente pelo pivô, eu encaminhá-los-ia ao sítio e colocaria o microfone no convidado. E depois fazia o processo inverso.

2.2.8 Preparação do estúdio

Uma tarefa dos produtores era a preparação do estúdio, quer seja para o jornal quer seja para um programa gravado. Por isso essa tarefa não ficou por aprender, todos os jornais, perguntávamos aos produtores quantos convidados viriam para o jornal, e levaríamos o número de copos e arrumávamos um pouco o estúdio para que o programa fosse para o ar. Para além do jornal, posteriormente, já ajudava na preparação do estúdio para programas como o Pólo Norte e Conselhos e Negócios. Para além da preparação em estúdio, também ajudava na

preparação na sala de redação. Esta preparação consistia na recolha de oráculos (informação sucinta em relação à notícia) e dos vivos das peças (nomes dos protagonistas) para colocar no “sistema”. O “sistema” era a folha de excel que toda a redação e a régie tinham acesso, para que durante as peças fossem para o ar.

2.2.9 Conhecimento de situações

Muitas vezes chegavam à estação de televisão várias pessoas que reportavam acontecimentos e, algumas vezes aconteceu-me a mim tomar conhecimento dessas situações. Tive três situações em que a chefe de redação negou a reportagem: uma foi um senhor que ia ser despejado pelo senhorio e não tinha onde ficar, nem familiares, vivendo apenas do rendimento mínimo. E outra era com caso de vida de uma senhora que já tinha tido dois cancros, contudo a força de viver era enorme dentro dela transmitindo isso às pessoas que a rodeavam. A terceira reportagem que foi negada era uma senhora de cadeira de rodas que não podia sair de casa sem ajuda dos vizinhos para descer uma rampa que foi mal construída. A reportagem que foi aceite, era uma concentração de trabalhadores em Vila Nova de Gaia.

2.2.10 Colocação de peças no sistema e confirmação de convidados

Com o decorrer do estágio estas tarefas foram se tornando rotineiras, e já as realizava de forma mais autónoma.

A confiança no meu trabalho foi aumentado, resultado esse foi as tarefas que comecei a desempenhar de forma autónoma como colocar peças no sistema sozinha, para que depois fossem para o ar na hora do jornal. Esta tarefa no início tinha a supervisão de um produtor, e consistia em descarregar as peças das delegações enviada pelo *wetransfer*, coloca-las no programa *Final Cut* para ver se tinham campos trocados (arrastamento de imagem) e depois enviamos as peças para o sistema, onde a régie podia ir lá busca-las para depois lançar na hora do jornal. A confirmação dos convidados para os jornais da noite e da meia-noite era realizada sempre por telefone. Para os convidados da meia-noite tínhamos uma lista já realizada na semana anterior e depois era só ir ao dia e ligar para os convidados para relembrar e reconfirmar. Os convidados da noite eram sempre convidados fixos. Através dessa lista de convidados ligaríamos, sempre de manhã, para relembrar e reconfirmar a presença no jornal.

2.2.11 Lista de convidados do jornal

Outra tarefa que demonstra a confiança no meu trabalho foi a execução da lista de convidados para os debates nos jornais da meia-noite (ver anexo 5). Esta tarefa consistia em elaborar uma lista de semana para semana com os parceiros do Porto Canal, entre autarcas,

professores e outros. Dessa lista tínhamos de ter sempre todos os dias dois convidados que fossem de partidos opostos ou sem partido identificado. Nas primeiras semanas tinha sempre o supervisionamento da produtora das delegações, depois comecei a ser eu a sugerir através da lista nomes que poderiam vir ao jornal cooperando na elaboração da lista semanal dos convidados. Os convidados viriam debater os temas que marcavam o dia, nunca havia um tema específico. Todos os contactos eram realizados por mim e sempre por telefone.

2.2.12 Arquivo de peças

Arquivar as peças também foi outra tarefa que me foi incumbida durante o estágio. Esta tarefa consistia no final da semana fazer um apanhado de todas as peças que se fizeram nessa semana e copiar oráculos, vivos e quem fez para que depois no final do mês fossem contadas o número de peças produzidas pelos jornalistas. Este apanhado era feito através da folha de *excel* que tínhamos das peças que iam para o ar em todos os jornais. Tínhamos um documento em *excel* dividido em diversas folhas consoante as várias delegações que o canal tem. Quem realizava esta teria que ir a todos os jornais procurar pela peça e depois copiar todos os campos (oráculos, vivos, jornalista e repórter de imagem) para o documento.

2.2.13 Saída para o terreno

Para além da parte de produção, também tive a oportunidade de poder fazer jornalismo. Apesar das poucas saídas, foi gratificante ver a confiança que depositavam em mim sempre que me pediam para sair em terreno.

Primeira saída que tive foi no Atneu Comercial do Porto, sobre um debate acerca da permanência de Portugal na moeda única (ver anexo 6 A1). Os nervos de não quer falhar foram uma constante nesta saída, mas com o trabalho de equipa entre “jornalista” e repórter de imagem, esse obstáculo foi diminuído.

Uma das saídas que me deu mais prazer ter ido para o terreno foi quando fui fazer a peça sobre a iniciativa “Porto a namorar” (ver anexo 6 A1). Esta peça foi feita na rua Sta. Catarina no Porto, pois a iniciativa visava o incentivo das compras no comércio tradicional. A dificuldade que tive na realização desta peça foi a escassez de comerciantes que queriam falar perante a câmara de filmar, pois eu tinha saído da redação com uma ideia de como iria ser a minha peça e quando sai do terreno o material que tinha não dava para a peça idealizada. Depois de ver o material recolhido e ao começar a voz-off, a peça começou a transformar-se.

Para além de peças para a informação também fiz peças para o entretenimento, entre as que realizei a que destaco foi a ida ao Teatro Nacional de São João, fazer a peça sobre a peça

de teatro “A Estalajadeira”. Foi uma peça interessante, tendo em conta os entrevistados o encenador, Jorge Silva Melo, e a atriz principal, Catarina Wallenstein.

Em suma, ao longo destes três meses de estágio em televisão, posso dizer que passei por todas as tarefas que um produtor tem que realizar e de um jornalista, dando sempre o meu melhor e colocando os meus conhecimentos adquiridos ao longo do meu percurso académico em prática, e claro aprendo sempre mais através das trocas de experiências.

2.3 Apresentação da entidade acolhedora: Universidade FM

“Há cem anos, a rádio gatinhava. Dominada que estava a sua base tecnológica, ensaiava a modelação da voz e do som e aventurava-se em experiências de alargamento do seu raio de acção.” (Pinto *cit. in* Portela, 2011: 9)

A Universidade FM é uma rádio regional de Vila Real ouvida pelos concelhos de Lamego, Peso da Régua, Vila Pouca de Aguiar, Alijó, Sabrosa, Murça, Montalegre e Chaves, com uma potência de 100 watts na frequência de 104.3 MHz. É uma rádio que tem vindo acompanhar a evolução dos tempos. Ao longo de mais de vinte e cinco anos de emissões a rádio tem conseguido conciliar os interesses da região com os da Universidade local.

As emissões da Universidade FM pautam-se essencialmente pela informação da região. A nível musical a estação tem uma seleção cuidada através da ligação a uma editora nos Estados Unidos que envia semanalmente os temas mais importantes, tendo sempre em conta a juventude. A nível informativo, esta participa há mais dez anos num projeto que engloba mais uma rádio do distrito de Vila Real e sete do distrito de Bragança. Este projeto consiste, no maior projeto de informação de rádio em Trás-os-Montes e Alto Douro, Cadeia de Informação Regional (CIR), onde nove rádios colaboram diariamente num noticiário regional com cerca de 30 minutos.

A Universidade FM nos últimos anos, tem vindo gradualmente a preocupar-se com alguns problemas que mais afetam a sociedade, participando em diversas campanhas nacionais e europeias de sensibilização para diversos temas.

A 14 de fevereiro de 1998, a estação de rádio vila-realense dinamizou em Portugal uma campanha europeia de prevenção da SIDA. E entre 1998 e 2005 fez parte de uma rede de rádios a nível mundial via Internet numa emissão dedicada à luta contra o racismo.

Estas emissões foram coordenadas pela AMARC (Associação Mundial de Rádios Comunitárias), que todos anos, no dia 21 de março, juntam todas as rádios para uma emissão especial.

Em 2000, a Universidade FM, passou de transmitir apenas pelo sinal analógico e acompanhou o avanço tecnológico da época e passou a ter também emissão *online* através do site www.universidade.fm. Contudo a adesão às novas tecnologias da estação da rádio não ficou por aqui. Em 2001, a Universidade FM tornou-se na primeira estação emissora local do país com estúdios totalmente digitais, tornando-se na rádio local mais evoluída tecnicamente do país.

Nos últimos anos, a Universidade FM, tem feito uma aposta maior na informação sobre a região, tornando-se líder na informação do distrito de Vila Real. Com 16 blocos de notícias diariamente, onde três blocos de notícias são só notícias da academia transmontana.

Para sustentar a aposta na informação nesta região, foi criado o programa “Imigrante”, entre os meses de abril de 2002 a junho de 2007, que consistia num espaço bilingue (português e russo) onde eram colocadas e respondidas semanalmente a perguntas de cidadãos estrangeiros que trabalhavam nesta região.

Outro programa também veio sustentar a aposta foi “O Futuro da Europa”, que teve cinco séries. Este programa consiste na realização de uma série de debates onde teriam representantes da sociedade civil de Vila Real, 12 embaixadores dos países candidatos à adesão à União Europeia, eurodeputados, políticos. Em 2004 este programa ultrapassa os limites da região e mesmo do país sendo difundido por mais quinze rádios dos distritos de Vila Real, Viseu, Bragança e ainda por uma rádio do Luxemburgo.

No ano de 2006 foi iniciada uma nova série de programas relacionada com a Europa com o apoio do Parlamento Europeu, permitindo que a estação de rádio vila-realense se deslocasse mensalmente a Estrasburgo. Estes debates fizeram com que os programas fossem difundidos ainda em mais quatro rádios dos distritos de Viseu, Vila Real, Bragança e Vila Real.

A última série de programas intitulada “Do Tratado de Roma ao Mercado Único e à EU a 27” foi difundido em 2008 e contou com o apoio da Representação em Portugal da Comissão Europeia através da Direção-Geral da Comunicação.

Nesse mesmo ano através deste programa, a Universidade FM, convidou Ilda Figueiredo, Miguel Portas e Pedro Guerreiro a visitarem algumas escolas do distrito e a proferirem palestras para o Curso de Ciências da Comunicação da UTAD.

A nível do entretenimento a Universidade FM tem procurado atrair riqueza à região. Em 2000, em Vila Real, realizou o primeiro “Congresso Internacional de Rádios de Língua Portuguesa” que juntou várias rádios de língua portuguesa de Angola, Brasil, Cabo Verde, França, Guiné, Luxemburgo, Macau, Moçambique, S. Tomé e Príncipe e Timor.

Em 2001 realizou também a primeira “Conferência de Rádios Comunitárias Contra a Discriminação na Europa” que juntou cerca de 60 participantes de rádios de toda a Europa.

Os “Fins de semana Astronómicos” foi uma iniciativa realizada nos anos de 2002 e 2003 em colaboração com o programa “Feitiço de Lua” e como o grupo e astronomia da UTAD, disponibilizando telescópios de modo a incentivar o interesse dos portugueses pela astronomia.

Em 2002 a apresentação do livro de Francisco José Viegas, “Lourenço Marques”, a partir da Pastelaria Gomes, foi transmitida através da rádio em direto, seguindo-se do um debate sobre o livro e o seu tema. No ano seguinte foi transmitida da mesma pastelaria dois debates sobre o tema “Juventude, Comportamento e Toxicodependência – Uma Estratégia Nacional com Políticas Locais” e “Hospital – Gestão Privada em debate”.

Em 2004, em parceria com a UTAD e o jornal “Público”, foi realizada uma transmissão em direto de um ciclo de quatro conferências sobre o tema “Olhares Cruzados sobre Trás-os-Montes”.

Através do Café Concerto do Teatro de Vila Real, em 2005, transmitiu em direto as tertúlias “Ambiente de Café” organizadas pelo Centro de Estudos Tecnológicos do Ambiente e da Vida (CETAV), o Centro de Estudos em Gestão de Ecossistemas (CEGE), a Coordenação de Engenharia Ambiental e o núcleo de estudantes, em colaboração com a Pró-Reitoria das Relações Pública e Imagem da UTAD.

Em 2006, uma série de programas produzida pela Universidade FM que será difundida pelas rádios da Cadeia de Informação Regional (CIR) que é constituída pelas rádios: Montalegre, Brigantia (Bragança), Terra Quente (Mirandela), Alfândega FM (Alfândega da Fé), Mirandum FM (Miranda do Douro), Ansiães (Carraceda de Ansiães), Onda Livre (Macedo de Cavaleiros) e Vinhais.

Ainda nesse ano a rádio estabeleceu a 24 de novembro, um Protocolo de Cooperação com a UTAD com o intuito de passar a receber alunos estagiários do Curso de Ciências da Comunicação para assim realizarem o estágio pedagógico-profissional na rádio.

Em 2007 foram difundidos uma série de programas semanais sobre os incêndios com o nome “Prevenção Florestal”, apoiados pelo Governo Civil de Vila Real em parceria com o Departamento de Florestal e o Curso de Ciências da Comunicação da UTAD, que posteriormente foram difundidos por todas as rádios do distrito. Ainda nesse ano foi realizada também uma série de programas com a temática da prevenção rodoviária, “Conversas com Vida”, pela Universidade FM e pela Rádio Voz do Marão.

O desporto também não é esquecido pela radio vila-realense, e em 2007, foi realizado o relato do jogo de futebol entre o Grupo Desportivo de Chaves e o Futebol Clube do Porto, na eliminatória da Taça de Portugal.

Em 2008, são transmitidas as corridas de automóvel de Vila Real, o 41º Circuito Automóvel de Vila Real. Para além das corridas, nesse ano, a rádio realiza um programa dedicado ao “Dia Internacional Contra o Abuso e o Tráfico de Drogas” em colaboração com o Centro de Respostas Imediatas (CRI) de Vila Real, transmitido em direto da Praça do Município de Vila Real. Também nesse ano, transmitiu em direto do Teatro Ribeiro da Conceição, em Lamego, o “1º Concerto Ano Douro”.

2010 foi um ano de adaptação. Na internet surgia a rede social mais famosa do mundo, o *facebook*. E em novembro desse ano decide apostar nessa rede social criando uma página (<https://www.facebook.com/Universidade.FM>). Nesta página a rádio começou a ter disponível *podcast* dos reparos do dia e de um noticiário por dia. A página passou a ser também uma ferramenta utilizada para promover os programas e colocar as notícias de última hora. No fim desse ano a página contava já com 740 fãs, hoje conta já com 3 mil 926 fãs.

No ano seguinte a rádio comemorou 25 anos de emissões organizando diversas atividades comemorativas, desde palestras a exposições.

Desde abril de 2011 a rádio produz semanalmente o programa de divulgação científica “Ciência em sintonia” em colaboração com a Escola de Ciências da Vida e Ambiente da UTAD, difundida por mais de 32 rádios.

Hoje a rádio, conta uma grelha de programação diversificada e conta com programas desde a política à economia, da informação ao entretenimento. Sendo considerada a rádio mais ouvida do distrito de Vila Real.

Para que tudo isto seja possível é importante a coloração de diversos parceiros, como a UTAD, os Serviços de Ação Social da UTAD, a Associação Académica da universidade, todos os anunciantes, funcionários e colaboradores.

2.3.1 Apresentação dos programas

Ao longo do estágio radiofónico tive como tarefa juntamente com mais duas colegas, Elsa Nibra e Vânia Ribas, de realizar dois programas que depois seriam introduzidos na grelha de programas da Universidade FM são eles o “Pass UTAD” e o “Aqui fala-se de...”, que passariam ambos depois das sete da tarde.

A ideia de criarmos dois programas surgiu de uma conversa com o diretor da rádio, Luís Mendonça, onde propusemos a nossa ideia, uma vez que havia uma falta de programas de entretenimento e/ou conversa na programação da rádio.

O “Pass UTAD” (ver anexo 6) é um programa de entretenimento que cria um elo de ligação entre a comunidade da cidade de Vila Real com a Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. Este programa estava dividido em várias partes: uma parte era dedicada exclusivamente às notícias tanto da universidade como às da cidade de Vila Real. Outra destinada à agenda cultural, onde dávamos os concertos, espetáculos que viriam a acontecer na cidade. Ao longo que o programa foi evoluindo passamos a ter a parte da música, onde passávamos música escolhida pelos ouvintes e falávamos de novidades vindas do mundo da música. Também a sétima arte fazia parte do programa, onde sugeríamos semanalmente dois filmes escolhidos por nós. E por fim tínhamos quinzenalmente um passatempo onde oferecíamos bilhetes de cinema. É um programa descontraído, jovem, contudo acessível a toda a população, com duração de 30 minutos.

Outro programa que tínhamos o “Aqui fala-se de...” (ver anexo 6), era um programa de entrevistas. Todas as semanas tínhamos um tema diferente alusivo aos dias comemorativos do calendário nacional, internacional e mundial, que contava com um convidado que viesse falar desse tema. Um programa de entrevistas descontraído, com linguagem acessível a toda a população, com duração de 30 minutos.

Ambos os programas tinham página no facebook, o “Aqui fala-se de...”, <https://www.facebook.com/pages/Aqui-fala-se-de/503081119727445>, e o “Pass UTAD”, <https://www.facebook.com/passutad>, onde posteriormente colocaríamos os *podcasts* para que as pessoas que não ouvissem na rádio pudessem ouvir ou voltar a ouvir os programas juntamente com as fotografias dos nossos convidados.

2.3.2 Esquema hierárquico da Universidade FM

“Estrutura de poder em que assentam as empresas e os organismos públicos. É uma estrutura piramidal. Escalonada por níveis de gestão, em cujo topo está um diretor executivo sob o qual se alinham quadros superiores, intermédios e juniores. (...) Inicialmente, a empresa era considerada como mero centro de decisão que agia por conta de um “proprietário”, mas de facto a própria dimensão e complexidade da *organização* interfere não só no processo de decisão, mas condiciona também a definição dos seus objectivos.” (“O Público”, 2004:6273)

Sendo assim a Universidade FM apresenta o seguinte organigrama:

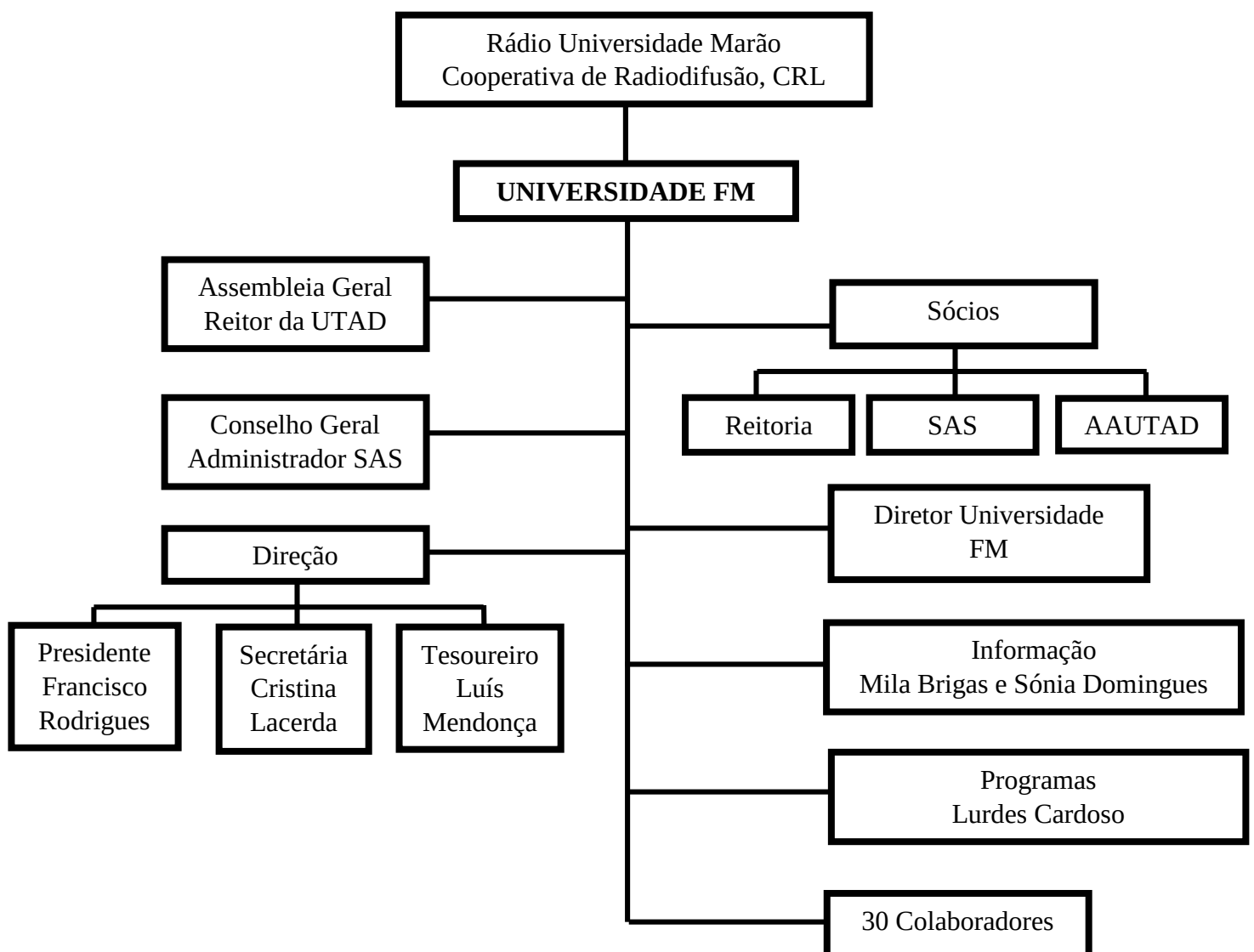


Figura 2: Organigrama da Universidade FM

2.4 Apresentação das atividades realizadas

Na primeira semana de estágio na Universidade FM foi de preparação dos programas para que na semana seguinte pudéssemos começar em grande. Começamos por ter mais uma reunião com o diretor da rádio, onde expusemos o que tínhamos vindo a pensar em relação aos programas que íamos ter.

2.4.1 Elaboração do alinhamento

A primeira coisa que tínhamos de fazer era realizar um alimento para cada programa que tínhamos. Para o programa “Aqui Fala-se de” a realização do alinhamento baseava-se na procura dos feriados ou dias festivos que se comemorassem no mundo ou em Portugal e escolheríamos o tema. Depois de escolhido o tema procurávamos colocarmo-nos no lugar do ouvinte e pensaríamos que perguntas é que gostávamos de fazer à pessoa que viria a estúdio.

Para o programa “Pass UTAD” a produção do alinhamento já era mais elaborada e exigia uma pesquisa da nossa parte maior, uma vez que o programa estava dividido em várias partes, música, cinema, UTAD, Vila Real, agenda cultural. A maior dificuldade nesta parte era a escassez por vezes de notícias da academia ou até mesmo da cidade em si, principalmente depois das aulas acabarem. Mas conseguíamos sempre dar volta a esse défice de notícias que por vezes surgiam, através de entrevista ou até mesmo com passatempos.

2.4.2 Contactos

Os contatos para os nossos programas eram sempre realizados por nós, tanto por *email* como por telefone. No programa “Aqui fala-se de” todas as semanas tínhamos que pensar, consoante o tema, num ou dois convidados para nos falarem abertamente dos temas em questão. Sempre tivemos uma resposta positiva aos convites feitos, sendo que a principal dificuldade às vezes era o horário, uma vez que na rádio também se gravam outros programas e muitas vezes os convidados não podiam nas horas em que o estúdio estava livre. Mas conseguimos sempre dar volta a isso, e prova disso era gravarmos muitas vezes uma ou duas horas antes de o programa ir para o ar.

No programa “Pass UTAD” as entrevistas eram mais descontraídas, conseguindo sempre conciliar os horários, pois não era necessário a presença em estúdio.

2.4.3 Gravação e edição

Todos os programas que fizemos foram gravados. No programa “Aqui fala-se de” ao longo do tempo começamos a ganhar o à vontade de falar na rádio e a descontrair um pouco.

Apesar de termos o nosso alinhamento com as perguntas base, começamos a seguir o nosso instinto e sempre que surgia mais alguma questão colocaríamos sem hesitar. O ambiente também era proporcionado pelo próprio convidado que perante o grupo se colocaria à vontade. No fim de cada programa pedíamos sempre aos convidados se poderíamos tirar uma fotografia (ver anexo 6B2) para colocar na nossa página do *facebook*. Só numa situação, no programa do Dia Mundial da Criança é que não colocamos a fotografia por motivos de confidencialidade.

No programa “Pass UTAD” a postura era diferente mais descontraída, contudo ao longo dos programas começamos também a ganhar mais à vontade com os micros e com o ambiente radiofónico. A descontração levou a que muitas vezes surgissem conversas não programadas.

As edições de todos os programas eram feitas pelo grupo através do programa *Adobe Premiere* onde cortávamos as partes onde nos enganávamos e as repetições, inseríamos os nossos jingles e os genéricos dos programas. Só depois de passar na rádio é que publicávamos os *podcasts* nas páginas dos programas no *facebook*.

CAPÍTULO III

Fontes de Informação numa Televisão Nacional - Porto Canal

A fonte necessita da “autenticação jornalística” (Duro, 2008:95) para comunicar à sociedade e o jornalista precisa da fonte de informação para “autenticar a notícia” (Duro, 2008:95) perante o público.

Neste capítulo, serão analisadas as fontes de informação que uma televisão regional usa, nomeadamente o Porto Canal, tendo não só, como base a teoria sobre as fontes de informação mencionada no capítulo I, como outro tipo de análise mais específica, como a forma de contacto utilizada pelos jornalistas até à aceitação ou não por parte das fontes na realização da reportagem.

3.1 Metodologia

“O conhecimento é uma relação que se estabelece entre um sujeito que conhece e um objecto que é conhecido, entre um sujeito e a realidade” (Sousa, 2006:605).

O ser humano “não pode aceder ao conhecimento ontológico e perfeito dos objectos, os métodos mais precisos e fiáveis de aproximação dos sujeitos à realidade são os métodos científicos e o conhecimento mais fiel d realidade, pelo menos da realidade fenomenológica perceptível, é o conhecimento científico” (Sousa, 2006:609).

A realidade é complexa e tem originado diferentes formas de adaptação dos objetos de conhecimento. Sendo assim podemos distinguir diversos tipos de conhecimentos, desde do conhecimento empírico ao filosófico, do teológico ao científico.

Este estudo terá como base um estudo científico, uma vez que este “procura conhecer metódica e sistematicamente as relações de causalidade (relações de causa-efeito) entre fenómenos perceptíveis (pelos órgãos dos sentidos ou através de instrumentos), visando, em última análise, encontrar as leis que determinam e regulam essas relações” (Sousa, 2006:612).

A realidade que nos rodeia é “una e indissociável. Tudo está relacionado com tudo” (Sousa, 2006:613). Por ela possuir tais características, muitas vezes as ciências recorrem a conhecimentos de outras ciências para poder explicar determinados fenómenos, a interdisciplinaridade. “Determinadas pesquisas comunicacionais são, por esse motivo, marcadamente interdisciplinares” (Sousa, 2006:614).

Uma pesquisa científica visa a resolução dos problemas fenomenológicos ou um esclarecimento de dúvidas sobre a realidade através de métodos científicos. Neste estudo, será utilizado o método de pesquisa descritiva. Este tipo de pesquisa faz-se “à luz de conhecimentos já existentes e que procuram descrever uma situação, observar, registar, classificar, analisar,

interpretar e relacionar fenómenos, sem qualquer manipulação experimental ou de outro tipo” (Sousa, 2006:616).

Dentro deste método de pesquisa será utilizado o processo de estudo de caso. Estes são “pesquisas descritivas em que vários métodos e técnicas são combinados (...) para investigar aprofundada e sistematicamente uma pessoa, um grupo, uma organização ou uma determinada ocorrência no seu contexto, dentro de um período determinado de tempo” (Sousa, 2006:616). O período de investigação decorreu entre janeiro e março de 2013, ou seja, desde o início do estágio na estação de televisão até ao fim.

O universo da amostra é as fontes de informação relacionadas com a área de produção informativa do Porto Canal. A amostra desta investigação é constituída por 89 contactos realizados sendo elas fontes de reportagem e de comentário no programa televisivo, o jornal das 24h. A escolha desta amostra foi aleatória. “ (...) uma amostragem aleatória constitui-se por selecção aleatória de várias unidades de sondagem entre a população” (Sousa, 2006:647).

Esta investigação teve uma observação direta participante. Este tipo de observação “consiste na imersão do pesquisador (observador) no meio que pretende observar, durante um ou vários períodos de tempo” (Sousa, 2006:718).

Segundo Sousa, este tipo de observação possibilita que o investigador estude os fenómenos no seu ambiente, ajudando, “frequentemente, a isolar e relacionar variáveis, a comprovar ou contextualizar hipóteses, a descrever detalhes e matizes difíceis de descortinar de outro modo” (Sousa, 2006:719). A observação participante que foi utilizada para esta pesquisa teve como variante a pesquisa-ação. Esta “consiste no mergulho activo e interveniente de um pesquisador no universo que vai estudar” (Sousa, 2006:722).

Esta investigação integra os seguintes objetivos:

- i. Compreender os tipos de fontes de informação utilizados;
- ii. Compreender qual o meio que o canal recorre para estar em contacto com as suas fontes de informação;
- iii. Saber quais são as características sociodemográficas das fontes de informação;
- iv. Compreender quais são os temas mais abordados através das fontes de informação.

3.2 Tipologia das fontes de informação

Como foi descrito no ponto 1.3.3 no capítulo I, hierarquizar fontes de informação é fundamental na atividade jornalística, uma vez que consegue compilar os diversos testemunhos, relatos etc...

Segundo Schmitz, autor da classificação que se irá seguir para a análise das fontes de informação, a classificação das fontes encontra-se dividida em cinco partes: a categoria, o grupo, a ação, a confiança e a qualificação.

No Porto Canal, as fontes de informação tanto são primárias como secundárias, tentando sempre que possível privilegiar as fontes primárias, uma vez que são elas as personagens diretas da ação. São aquelas em que o jornalista se baseia para recolher o principal do acontecimento, pois fornecem factos, versões e, muitas vezes, números.

As fontes de informação secundárias são *experts* que explicam certos acontecimentos. Este tipo de fonte não precisa de estar relacionada com o acontecimento.

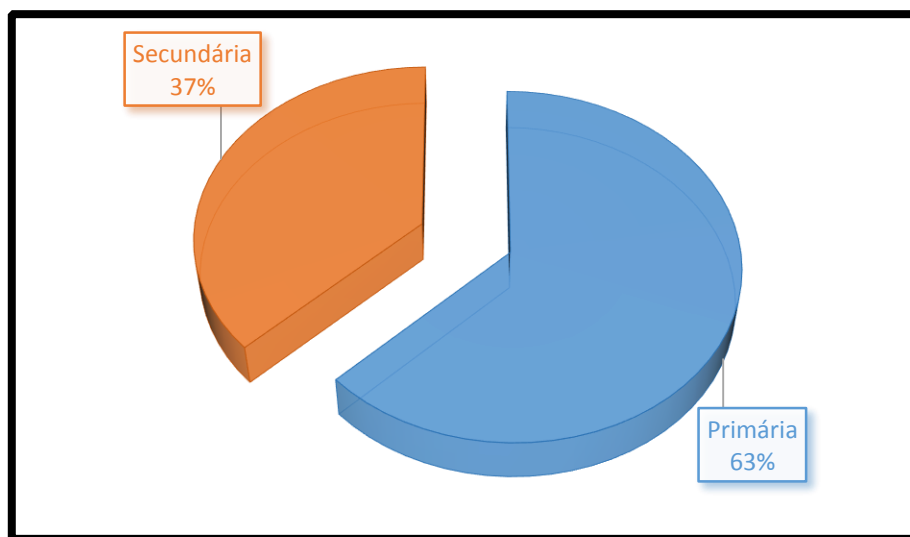


Gráfico1: Categoria das fontes de

Como podemos observar através do gráfico 1 acima representado, a maioria das fontes contactadas no período de janeiro a março foi maioritariamente primária (63%). As fontes secundárias, aqui representadas no gráfico em cima, englobam fontes de informação que iam a estúdio comentar os assuntos da ordem do dia.

“Toda a informação tem uma origem ou contextualização” (Schmitz, 2010:15). Cada fonte de informação tem uma contextualização diferente, podendo assumir diferentes origens.

Podem ser desde oficiais a especializadas, de empresarial a institucional, de individual a testemunhal. É a representação de um grupo social, organização ou até de uma pessoa.

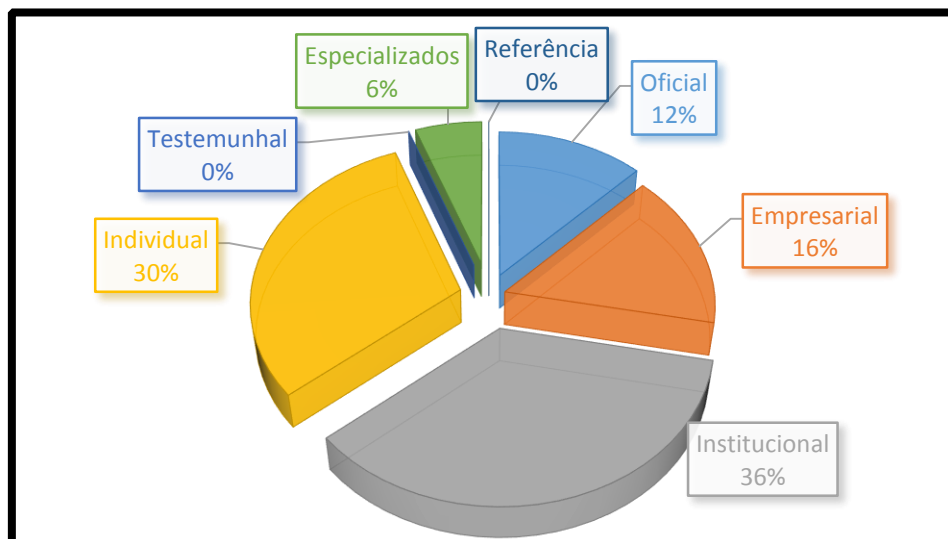


Gráfico 2: Grupo das fontes de informação

Como se pode observar no gráfico 2, no Porto Canal a maioria das fontes de informação recolhidas tem um caráter institucional (36%) e individual (30%).

“O que leva alguém a defender ou se opor a algo, depende do grau de engajamento” (Schmitz, 2010:12), pois segundo Charaudeau está relacionado com o interesse no valor que a informação possa ter. As fontes de informação passaram a agir de formas distintas.

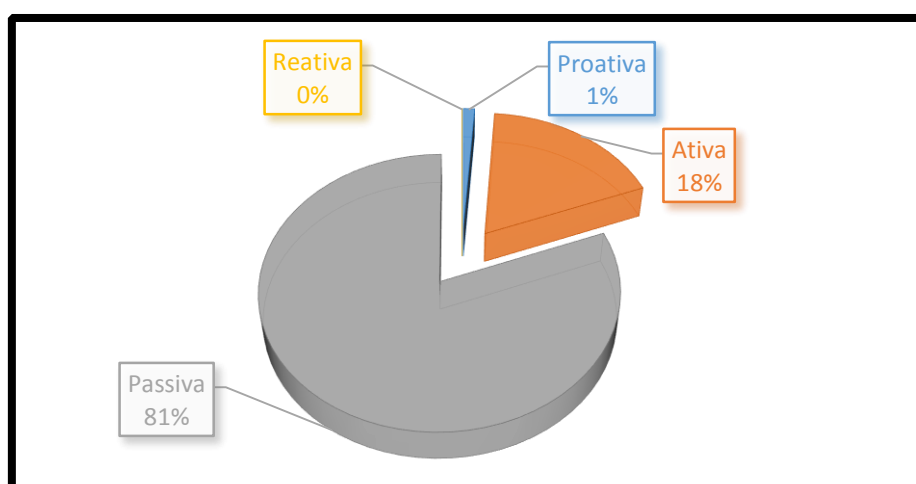


Gráfico 3: Ação das fontes de informação

Quando se fala então na ação que as fontes de informação têm, das recolhidas no período de janeiro a março, a maioria teve uma ação passiva (81%), só se manifestaram quando

consultada pelo jornalista fornecendo apenas a informação solicitada, face aos 18% de fontes ativas, como se pode verificar no gráfico 3. Estas últimas fontes de informação mantêm um relacionamento regular com os meios de comunicação.

“O crédito é um elemento básico da produção jornalística” (Schmitz, 2010:15). Uma fonte de informação tem o direito de escolher se quer ser identificada, dando os seus dados pessoais (nome, *status*, profissão, cargo...), tornando assim a notícia mais credível. Ou pode escolher o sigilo, dando apenas informações de interesse público sem ser identificada. “O jornalista não deve revelar, mesmo em juízo, as suas fontes confidenciais de informação, nem desrespeitar os compromissos assumidos (...)”³³.

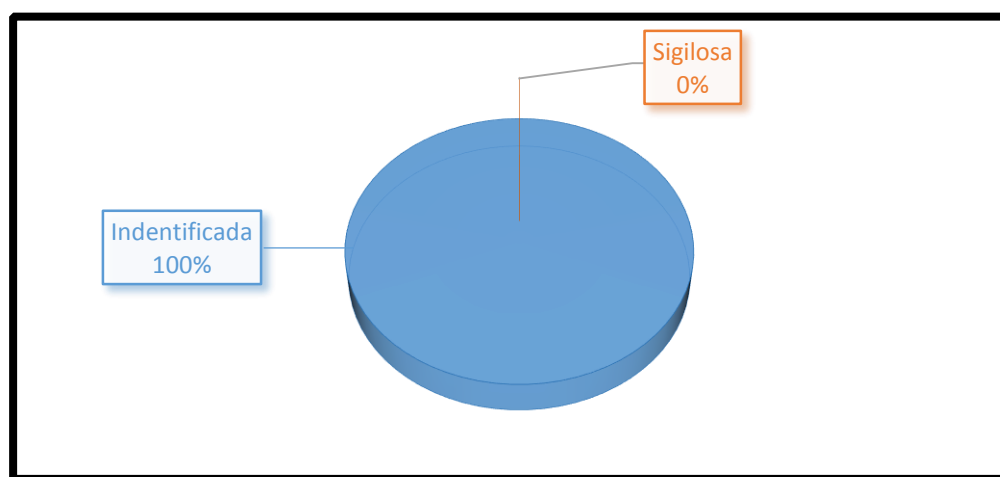


Gráfico 4: Confiança das fontes de informação

No que diz respeito à confiança que as fontes de informação têm em relação ao canal podemos verificar através do gráfico 4 acima apresentado que 100% das fontes fala *on-the-record*, não pedindo sigilo aos jornalistas nem ao canal.

As fontes de informação apresentam qualificações diferentes, conforme a sua credibilidade, a proximidade e a relação que têm com o jornalista. O grau de confiança não está muitas vezes ligado à veracidade e/ou à mentira de um acontecimento, mas sim com a colaboração da fonte de informação com os meios de comunicação (Cf. Sfredo *in* Schmitz, 2011:32).

³³ Código Deontológico do Jornalista (aprovado em 4 de maio de 1993), ponto 6.

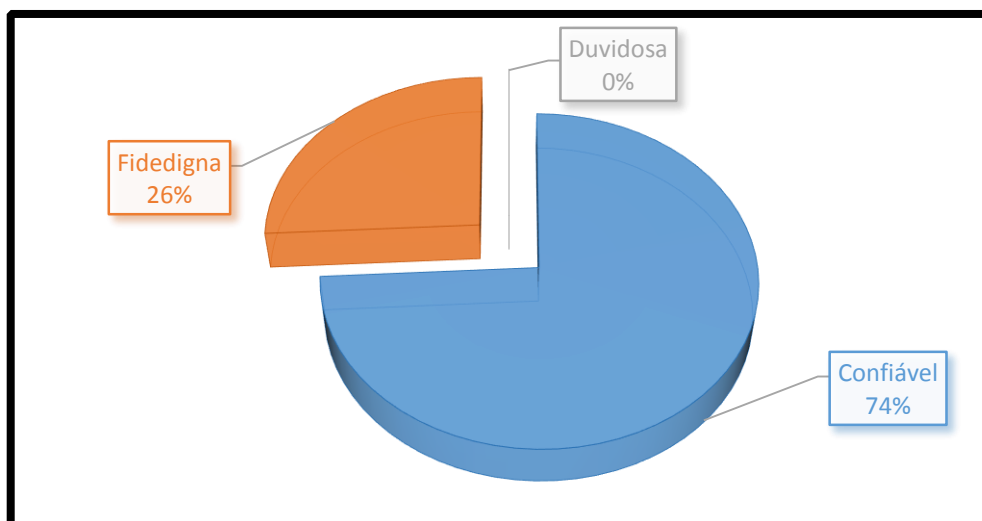


Gráfico 5: Qualificação das fontes de informação

Como podemos observar através do gráfico 5 acima representado a maioria das fontes de informação têm uma qualificação confiável (74%), estas fontes “mantêm uma reação estável, são acessíveis e articuladas, disponibilizam declarações ou dados de forma eficaz” (Schmitz, 2010:18) e, normalmente apresentam um histórico de veracidade nas declarações ou dados fornecidos, como por exemplo as câmaras municipais, juntas de freguesia, políticos, entre outros. 26% são fontes de informação fidedignas. Estas fontes de informação não apresentam um “histórico de confiança mútua” (Schmitz, 2010:18), exercem um poder consoante a sua posição social, inserção ou a proximidade com o acontecimento, como por exemplo a igreja, os indivíduos, entre outros³⁴.

Podemos observar ainda no gráfico 5, que o canal não teve nenhuma fonte de informação que fosse duvidosa. Este tipo de fonte expressa uma certa reserva e até mesmo suspeita, sendo o valor de verdade moderado.

³⁴ Esta classificação seguiu os seguintes critérios: a frequência de contacto com o canal e a disponibilidade para falar.

3.3 Forma de contacto com a fonte de informação

A forma de contacto que os jornalistas utilizam para entrar em contacto com as suas fontes de informação revela a proximidade que existe entre ambos. Pode ser ela feita de diversas formas, através do telefone, e-mail, carta, etc...Hoje em dia o uso de telefone ou e-mail é o mais usado e mais rápido.

O uso das redes sociais por parte das estações de televisão têm vindo a tornar-se outro meio de comunicação frequente entre jornalistas e fontes de informação.

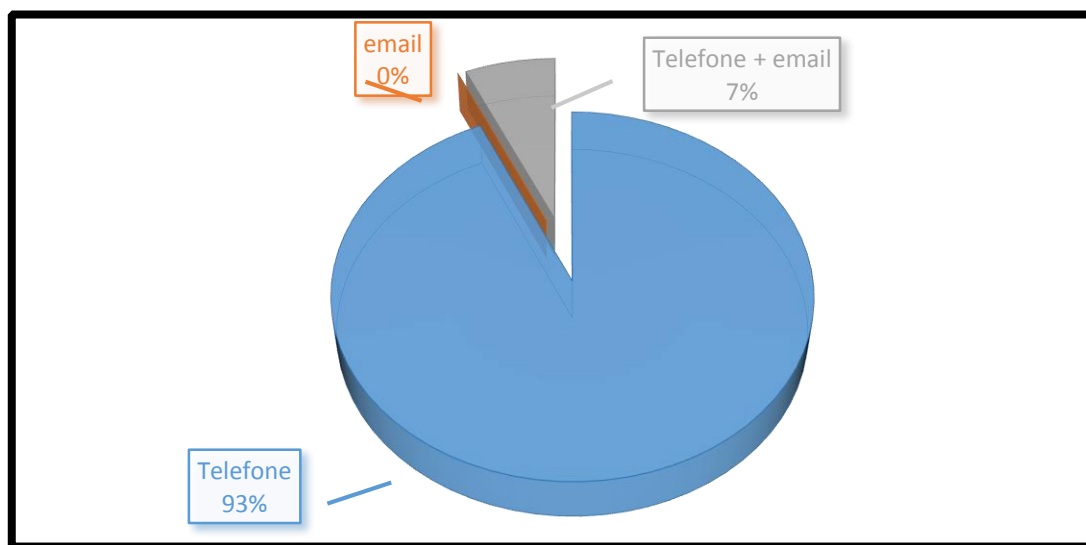


Gráfico 6: Forma de contacto com as fontes de informação

Como podemos observar através do gráfico 6 acima representado 93% das fontes contactadas tiveram como meio de contacto o telefone e 7% o telefone e o e-mail. No Porto Canal privilegia-se o contacto mais direto com as fontes de informação. O telefone é o meio pelo qual produtores e jornalistas contactam diariamente com todo o tipo de fontes de informação. O e-mail como podemos observar só é recorrido aquando o uso em primeiro de o telefone e solicitado pela fonte de informação.

Contudo as fontes de informação (autarquias, clubes, etc..) utilizam maioritariamente o e-mail para contactar com a estação de televisão regional do Porto.

3.4 Temas abordados

São diversos os temas que podem ser abordados nos meios de comunicação desde a política à sociedade, da saúde à cultura. Todos os dias somos confrontados com esses ou mais temas, e todos os dias os meios de comunicação abordam as suas fontes de informação de acordo com o tema em questão.

No Porto Canal esta tarefa também é diária e são diversos os temas tratados com as fontes de informação. Contudo a política, a economia e a sociedade são o foco principal do canal.

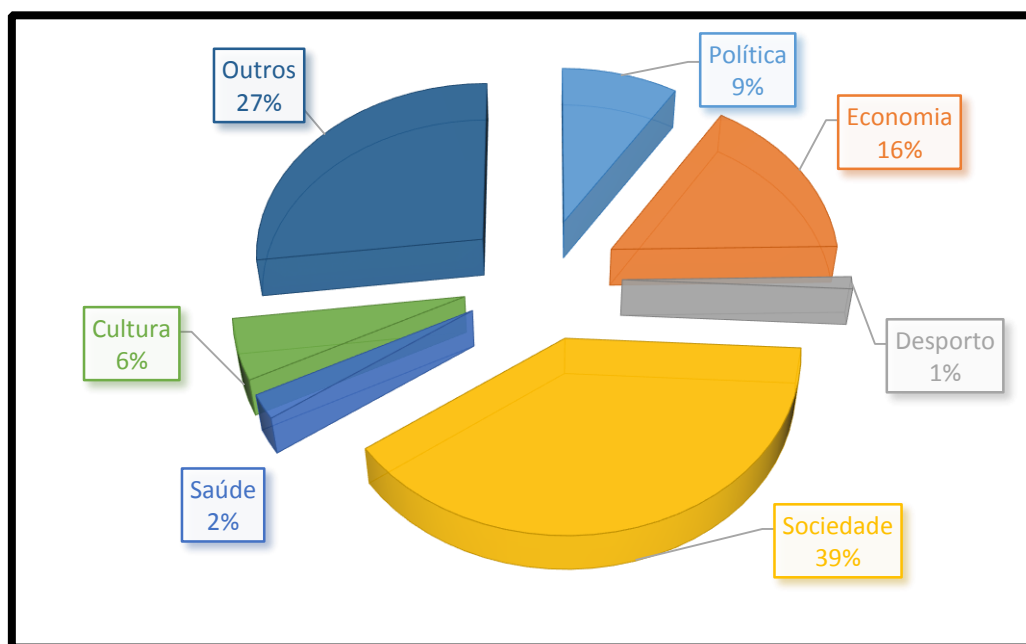


Gráfico 7: Temas abordados

Como podemos observar através do gráfico 7 acima representado 39% das fontes de informação contactadas, o assunto abordado teve como cariz o social (bombeiros, transportes, entre outros) e 27% com a categoria outros, que englobam fontes de informação contactadas para debaterem, em estúdio, assuntos da ordem do dia.

O desporto é um dos temas pouco solicitado (1%), uma vez que, as fontes contactadas estão relacionadas com a área de produção informativa do canal.

3.5 Caracterização das fontes de informação

As fontes de informação podem ser caracterizadas de diversas formas, para além da caracterização realizada no ponto 3.2. Também é importante saber o género das fontes de informação e a localização que estas têm, se estão mais perto ou longe da sede da estação de televisão regional do Porto.

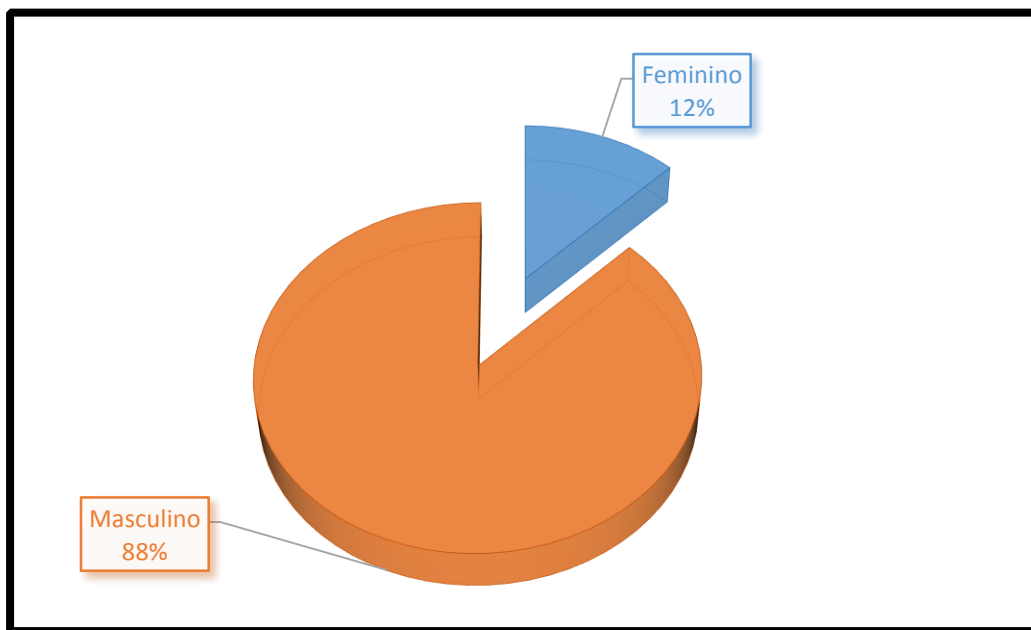


Gráfico 8: Género das fontes de Informação

Através do gráfico 8 acima apresentado podemos concluir que mais de metade das fontes de informação contactadas era do sexo masculino (88%).

A localização das fontes de informação pode dizer muito em relação à abrangência que o canal de televisão ou outro meio de comunicação.

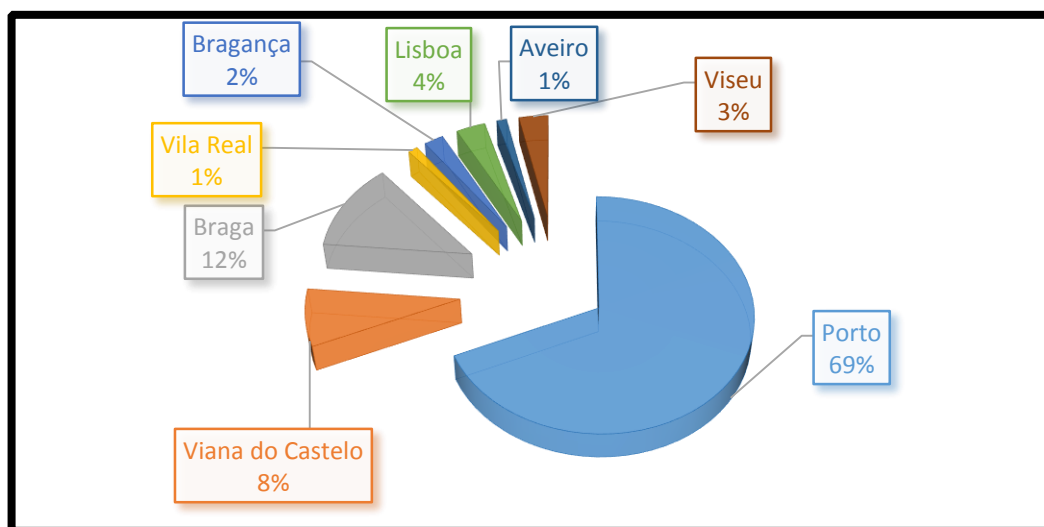


Gráfico 9: Localidade das fontes de Informação

Quando se fala da localidade das fontes de informação, a maioria concentra-se no distrito do Porto, onde a sede da estação de televisão se encontra (69%), apesar de o Porto Canal ter uma delegação em todos os distritos do Norte. O distrito de Braga (12%) e de Viana do Castelo (8%) também foram os distritos onde houve uma prevalência sobre as fontes de informação.

3.6 Aceitação ou recusa de reportagem

Uma fonte de informação, seja ela de que cariz for, tem o direito de aceitar ou de recusar prestar declarações.

Neste ponto apenas serão utilizadas 59 das 89 fontes de informação, uma vez que as restantes 30 apenas eram utilizadas com um cariz diário e de rotina, de modo a saber havia ou não ocorrências.

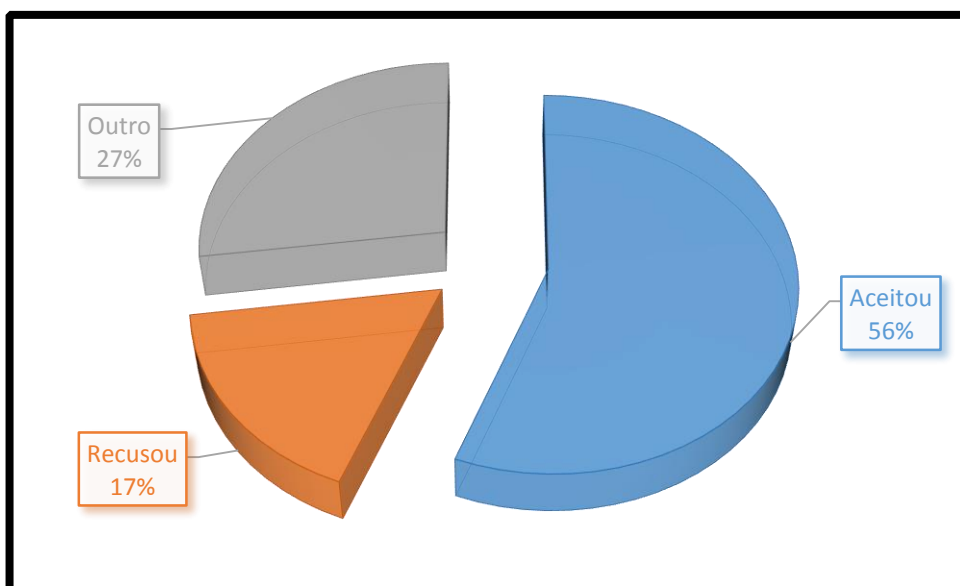


Gráfico 10: Aceitação/recusa das fontes de informação

Como podemos verificar através do gráfico 10 acima representado a maioria das fontes contactadas aceitaram prestar declarações (56%) consoante o tema a tratar. Apenas 17 % das fontes de informação recusaram dar declarações, alegando que não estavam disponíveis ou não falavam sobre o assunto, deixando de ser fontes de informação, passando a ser potenciais fontes de informação. Os 27%, referentes à categoria “outros”, são fontes de informação que foram contactadas mas que até ao final da recolha não deram resposta.

Subdividindo, as fontes de informação acima apresentadas, podemos reparar através dos gráficos seguintes que as fontes de informação quando solicitadas para uma reportagem têm mais disponibilidade.

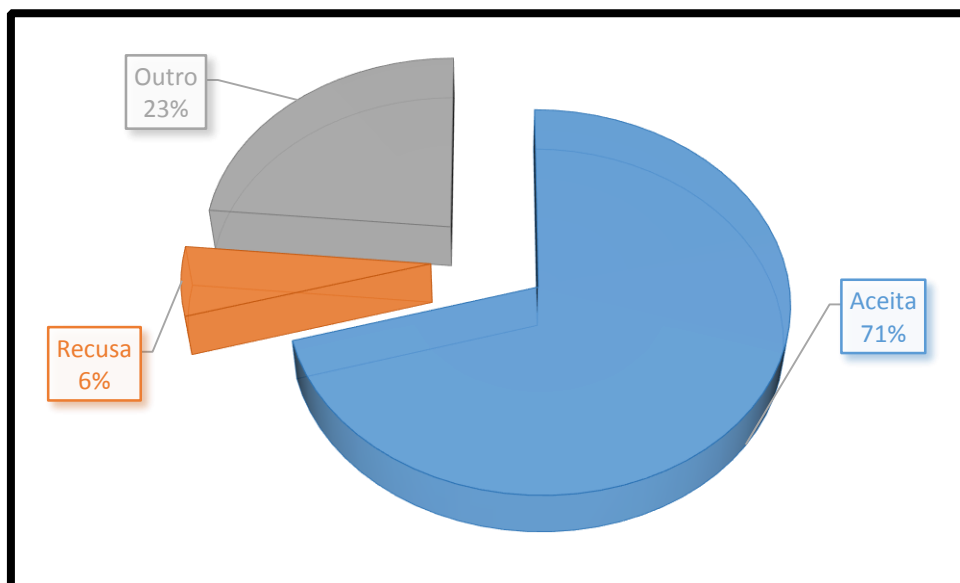


Gráfico 11: Aceitação/recusa das fontes de informação a nível de reportagem

Como podemos observar no gráfico 11 acima representado, quando analisamos ao pormenor apenas as fontes de informação que foram protagonistas das reportagem realizadas, apenas 6% das fontes são potenciais fontes de informação, uma vez que não prestaram qualquer tipo de declarações. A maioria das fontes de informação (71%) não teve qualquer inconveniente em dar declarações à estação de televisão regional do Porto. Os 23% representados no gráfico correspondem as fontes de informação que não deram resposta até ao final da recolha.

Quando se fala apenas das fontes de informação que são solicitadas para vir a estúdio comentar os assuntos da ordem do dia existe mais equilíbrio.

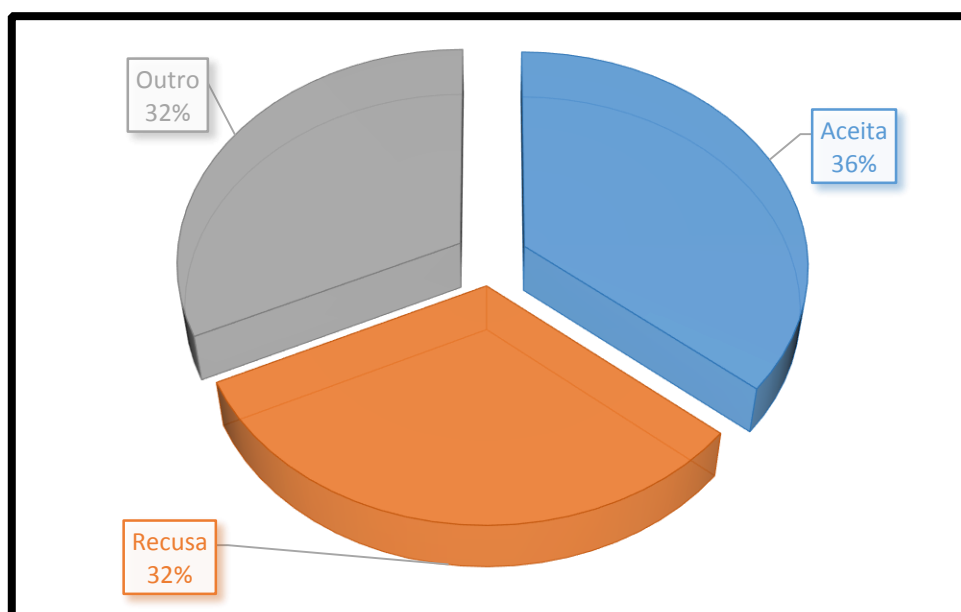


Gráfico 12: Aceitação/recusa das fontes de informação que comentam em estúdio

Como podemos verificar no gráfico 12, quando falamos neste tipo de fontes de informação, o gráfico parece mais homogéneo. 36% das fontes contactadas aceitaram vir ao jornal das 24h comentar os assuntos que estavam na ordem do dia. 32% recusaram, justificando-se na hora e na disponibilidade que tinham, deixando de ser uma fonte de informação. Quanto aos outros 32% ainda não tinham dado como confirmado a sua presença em estúdio no jornal das 24h.

3.7 Interpretação dos dados

Depois dos dados apresentados nos pontos anteriores, pode-se então concluir que a estação de televisão regional do Porto, o Porto Canal, aposta mais nas fontes primárias (63%), significando que o canal procura estar o mais próximo possível dos acontecimentos.

A maioria das fontes de informação utilizadas pelo Porto Canal são institucionais (36%) e pessoais (30%). Assim sendo, a maioria das fontes de informação que são utilizadas pela estação de televisão regional do Porto são instituições como câmaras, associações, entre outros e pessoas que se representam a si mesmas.

81 % das fontes de informação recolhidas têm uma ação passiva, o que significa ficam à espera que sejam contactas pelos jornalistas, a quando da realização da reportagem, estando sempre disponíveis para prestar declarações tendo total confiança para com o canal de televisão, falando sempre *on-the-record*.

Uma grande percentagem das fontes de informação recolhidas (74%) são fontes que mantém uma relação estável e articulada com o canal, ou seja, são fontes de informação confiáveis. “A confiança também se estabelece pelo histórico de veracidade das declarações ou dados fornecidos de forma eficaz, isto é, a informação certa e verdadeira na hora esperada ou rapidamente” (Schmitz, 2011:31). Assim sendo, podemos dizer que uma fonte é confiável uma vez que esta mantém uma relação estável com o jornalista, por interesses mútuos.

O telefone, como podemos observar no gráfico 6, é o meio de contacto mais utilizado entre produtores e fontes de informação e entre jornalistas e fontes. A prevalência do uso desta forma de contacto entre jornalistas e fontes de informação significa que o canal favorece o uso do meio de comunicação que aproxima mais as pessoas. Contudo o e-mail prevalece quando uma fonte de informação contacta o canal de televisão, mantendo uma regra da política de comunicação do exterior para o interior.

O tema mais abordado entre fontes de informação e jornalistas é a sociedade (transportes, acidentes, tempestades, greves, entre outros). O facto deste tema ser o mais abordado do que os

restantes, tem a ver com o valor-notícia impacto, uma vez que muitos destes temas atingem um grande número de pessoas. Para além desse valor-notícia, este tema consegue também incluir o valor-notícia da morte (tragédias naturais, drogas, crimes, entre outros). Surge ainda a relevância, e segundo Nelson Traquina este valor-notícia determina que a noticiabilidade tem a ver com a capacidade do acontecimento ter impacto sobre as pessoas ou país (Cf. Traquina, 2007:199). Há ainda o valor-notícia de notabilidade, que está relacionado com acontecimentos visíveis ou tangíveis.

Como se pode ver a maioria das fontes de informação recolhidas e contactadas, entre janeiro e março são do sexo masculino. Isto pode significar, por um lado, que os homens estão mais dispostos a falar perante as câmaras, e, por outro lado, que muitas vezes ainda ocupem cargos importantes na sociedade, como presidentes ou vice-presidentes de junta, assessores, entre outros, apesar do sexo feminino começar a ocupar esses cargos.

A proveniência das fontes de informação centra-se no distrito do Porto (69%), uma vez que a sede da estação de televisão aí se encontra. Esta concentração de fontes na sede da estação de televisão tem a ver com o valor-notícia referente à proximidade. Segundo Nelson Traquina este valor-notícia tem a ver com a proximidade que os acontecimentos têm em relação ao meio de comunicação (Cf. Traquina, 2007:188). Outro valor-notícia que pode levar a uma maior concentração de fontes de informação no distrito do Porto é a disponibilidade. Este refere-se à facilidade de cobertura do acontecimento.

De todas as fontes de informação analisadas, 56% aceitaram prestar declarações ao Porto Canal, das quais 41% são fontes de informação a nível de reportagem e 15% são fontes de informação que comentam em estúdio. Este facto deve-se à facilidade em que as fontes têm em fornecer informação num ambiente que lhe é mais familiar do que terem de se deslocar até ao estúdio para prestarem declarações ou comentarem os assuntos do dia.

Conclusão

“Nem os académicos se devem encerrar numa torre de marfim rodeada de livros e de pó nem os jornalistas devem ter preconceitos em exigir mais para si próprios.” (Correia, 1998:8).

Ao longo desta investigação pode-se verificar que as fontes de informação são uma parte integrante na construção de uma notícia. O jornalista não consegue produzir qualquer tipo de conteúdo noticioso sem recorrer às fontes de informação.

Toda e qualquer coisa que possua informação passível pode ser notícia pode ser considerada fonte de informação. E toda e qualquer notícia tem por base fontes de informação. Nada numa notícia é informação do jornalista (só quando a notícia é inventada e aí será uma peça literária e não noticiosa). É clara a importância das fontes de informação para o jornalista/jornalismo. Como também quantas mais e melhores forem as fontes de informação dum jornalista/jornal, melhor será o seu trabalho e conteúdo noticioso (Simão, 2007:20)

A relação entre jornalistas e fontes de informação é complexa, marcada por rotinas e diversos interesses, apoiada num confronto, mais ou menos, difícil de gerir entre o setor público e privado. Porém “essa relação é, sobretudo, negociada. É esse o adjetivo que melhor define” (Santos *cit. in* Pago, 2006:1).

Esta investigação mostrou também a proximidade existente entre jornalistas e fontes num ambiente regional, tendo estes agentes sociais uma relação próxima e mais íntima, “pois a distância é quase inexistente entre o jornalista que está na região e a fonte que dá indicações”, como refere Miguel Cabral, jornalista da TVI em Vila Real, em entrevista à autora. O poder político, como câmaras ou juntas de freguesias, e até mesmo as instituições conseguem tirar partido do seu estatuto social e fazer com que os acontecimentos ou pseudoacontecimentos criados sejam notícia.

Rogério Santos, em entrevista ao Diário de Notícias, refere que os agentes sociais e as organizações procuram “definir um significado próprio sobre o acontecimento (relatam-no de acordo com as suas perspectivas pessoais e organizacionais) e tentam manter a reputação pública” (Santos *cit. in* Pago, 2006:1), ao mesmo tempo que procuram reter toda a informação possível.

Acima de tudo, o que importa é perceber que o que lemos nas notícias “resulta de um processo complexo, em que nem todas as interações aparecem visíveis no texto”, (Santos *cit. in* Pago, 2006:1). Contudo as relações podem passar pela cooperação entre jornalistas e fontes, quando estes agentes atuam em conjunto, pelo confronto, quando as lutas são intrínsecas ao

exercício da profissão, e pela autonomia, quando a investigação jornalística se impõe às necessidades de acontecimentos dos promotores.

Segundo Elie Wiesel “*um jornal é o centro nervoso de uma sociedade*” (Wiesel cit. in Duro, 2008:113), em que “entre o ideal e a realidade, a distância era grande” (Wiesel cit. in Duro, 2008:113). Assim sendo, para além da análise da relação de “luta” e de “negócio” que existe entre jornalistas e fontes de informação, a visão que Wiesel tem das relações entre jornalista e fonte também tem que ser tida em conta, uma vez que se pode considerar que o jornalismo é capaz de ver os mais variados factos e fontes de informação que o assediam e de procurar a legitimidade através de um “recomeçar a escalada” (Wiesel cit. in Duro, 2008:113). O “jornalismo é mais do que um ofício” (Neveu, 2005:8), onde “negociar é a alma das notícias” (Santos cit.in Pago, 2006:2).

Esta investigação vem mostrar também que, quando falamos do meio de comunicação televisivo, as fontes primárias são as mais privilegiadas, procurando a proximidade com o acontecimento. Contudo estas são passivas e confiáveis, isto é, são apenas contactadas pelo jornalista porque mostram-se sempre disponíveis para falar e tem um reportório de verdade nas declarações fornecidas. Apesar das fontes de informação, recolhidas, manterem uma relação estável com o jornalista, apenas 56% prestou declarações para o canal de televisão, das quais 41% são fontes só de reportagem. Este resultado pode mostrar que as fontes de informação a nível de reportagem tem mais facilidade em prestar declarações do que as fontes que se deslocam a estúdio.

Fontes de informação como instituições, câmaras ou juntas são as fontes que mais procuram contactar o canal de televisão e são as fontes mais utilizadas por este a nível de reportagem. Contudo as fontes de informação pessoais, também são recorrentes no canal, principalmente a nível de fontes de informação para comentar em estúdio.

Ao longo desta investigação pode-se verificar que o Porto Canal usa com frequência os valor-notícia como o impacto, a morte, a relevância e a notabilidade, uma vez que, entre fontes de informação e jornalista o tema mais constante é a sociedade. Um tema que engloba a problemática das greves, dos transportes, os acidentes, entre outros. Proximidade e disponibilidade são outros valor-notícia que predominam no Porto Canal.

Podemos também concluir através deste estudo que a estação televisão regional do Porto usa com maior frequência o telefone como meio de comunicação entre fontes de informação e jornalistas.

Depois de seis meses de estágio em dois meios de comunicação diferentes pode-se concluir que estes foram bastante positivos, uma vez que contribuíram para um conhecimento mais alargado de ambos os meios, bem como se produz e realizam peças televisivas entre outras atividades para um canal de televisão e como se produzem programas radiofónicos.

O Porto Canal e a Universidade FM acabaram por tornar em escolas práticas, onde pude desenvolver todos os conhecimentos adquiridos não só no meu Mestrado em Jornalismo, mas também na minha Licenciatura em Ciências da Comunicação, não esquecendo também os conhecimentos que ganhava ao longo dos estágios.

Em relação à forma como fui orientada nos dois locais de estágio tenho de dar relevância à orientação do Porto Canal, pois para além do voto de confiança depositado em mim, desde de cedo, para a realização de muitas tarefas de cariz diário, sempre fui acompanhada para que estas tarefas corressem da melhor maneira possível. Sendo que na Universidade FM, foi-nos dado carta-branca desde o início do estágio para a realização dos programas. Contudo não houve um feedback, esperado pela parte do orientador, no sentido em que nos dissesse o que havia ou não a melhorar.

Quanto aos objetivos que foram propostos por parte das empresas, consegui cumprir, sempre que possível e da melhor forma todos os objetivos. No que se refere aos objetivos propostos por mim à minha pessoa consegui cumpri-los de forma a crescer como pessoa e, principalmente, como futura profissional da área da comunicação. Consegui melhorar ainda a minha leitura e voz, bem como ter mais confiança e autonomia nas tarefas realizadas.

Ao longo dos estágios senti algumas dificuldades que foram sempre ultrapassadas com a ajuda dos profissionais que me rodeavam. Mas a maior dificuldade que tive foi a adaptação da linguagem para o meio radiofónico, porque estava habituada à linguagem televisiva.

Apesar de ter participado no projeto UTAD TV e viver constantemente o *stress* da preparação de reportagens e na produção de alguns programas, durante o estágio no Porto Canal consegui melhorar a minha capacidade de trabalhar sob stress e pressão. No estágio da rádio, esse *stress* não foi constante contudo contribuiu para que a minha capacidade de organização de agenda melhorasse.

Em suma, ambos os estágios fortaleceram os meus conhecimentos adquiridos tanto na licenciatura como no mestrado, enriquecendo-me ainda mais a nível profissional da área da comunicação.

Bibliografia

- AMARAL, Victor Manuel (2006). Os temas e as fontes na imprensa regional da cidade da Guarda. Minho. Disponível em:
[<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/6923/3/Tese.pdf>]
- ARQUIVO DE HISTÓRIA. História da Televisão. Disponível em:
[<http://arquivodehistoria.com/>]
- BRASIL Escola. História do Mundo: A invenção da televisão. Disponível em:
[<http://www.historiadomundo.com.br/idade-contemporanea/a-invencao-da-televisao.htm>]
- CAMPANI, Juliana (2010). A relação entre jornalistas e fontes de informação no programa Hoje nos Esportes. Brasil. Disponível em:
[<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/25620/000754907.pdf?sequence=1>]
- CORDEIRO, Paula (2003). A Rádio em Portugal: um pouco de história e perspectivas de evolução. Algarve: Bocc. Disponível em: [<http://www.bocc.ubi.pt/pag/cordeiro-paula-radio-portugal.pdf>]
- CORREIA, João (1998). “Algumas reflexões sobre a importância da formação universitária dos jornalistas” Internet. Disponível em: [<http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-joao-formacao-universitaria-jornalistas.pdf>]
- DUARTE, Ângela (2010). Jornalismo de proximidade: o papel informativo da imprensa local. Lisboa. Disponível em: [<http://localmediapt.files.wordpress.com/2010/11/duarte2010-jornalismo-proximidade.pdf>]
- DURO, Ana Aires (2008). As notícias por dentro: da relação entre jornalistas e fontes de informação. Repositório do Instituto Universitário de Lisboa. Disponível em:
[http://repositorio-iul.iscte.pt/bitstream/10071/1101/1/As%20not%C3%ADcias%20por%20dentro_Ana%20Aires%20Duro_Maio%202008.pdf]
- LAGE, Nilson (2005). Relacionamento do repórter com as fontes: procedimentos e teoria. Brasil. Disponível em:
[<http://www.crisluc.arq.br/Relacionamento%20do%20rep%F3rter%20com%20as%20fontes.pdf>]
- LOPES, Felisbela (2000). Fontes, Jornalistas, Leis. Braga: Bocc. Disponível em:
[<http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopes-felisbela-fontes-jornalistas-%20leis-2000.pdf>]
- LOPES, Felisbela (2012). Vinte Anos de Televisão Portuguesa em Portugal. Guerra e Paz, Editores
- MARINHO, Sandra (2000). O Valor da Confiança nas Relações entre Jornalistas e Fontes de Informação. Minho. Disponível em :
[http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/4503/1/SMarinho_confjornfontes_2000.pdf]
- Marktest. Disponível em: [<http://www.marktest.com/wap/a/n/id~1ada.aspx>]

- MICROFONE. História da Televisão no Mundo. Disponível em:
[<http://www.microfone.jor.br/tvmundo.htm>]
- MORAIS, Ricardo e SOUSA, João Carlos (2013). As práticas jornalísticas na imprensa regional: a selecção das fontes e a promoção de desigualdades sociais. Beira Interior. Disponível em: [http://www.labcom.ubi.pt/publicacoes/20130403008-518_2537_1_pb.pdf]
- NEVEU, Érik (2005). Sociologia do Jornalismo. Porto Editora
- NOVIDADE TV: “Audiências do Porto Canal crescem 147%”. Internet in:
<http://www.novidadestv.com/2012/02/18/audiencias-do-porto-canal-crescem-147/>
(disponível a 19/05/2012)
- OBSERVATÓRIO DA IMPRENSA. A História da Televisão – o que a televisão proporcionou à humanidade. Disponível em:
[<http://www.observatoriodaimprensa.com.br/news/imprimir/55371>]
- OLIVEIRA, Madalena e PORTELA, Pedro (2011). A rádio na frequência da Web. *Comunicação e Sociedade*, nº 20.
- PAGO, Ana (2006). Jornalista e fontes ‘negoceiam’ relações. Diário de Notícias. Disponível em: [http://www.dn.pt/inicio/interior.aspx?content_id=643841&page=1]
- PORTELA, Pedro (2011). Rádio na Internet em Portugal. A abertura à participação num meio em mudança. Ribeirão: Edições Húmus.
- PÚBLICO (1997). Livro de Estilo. Lisboa. Público
- REGO, Arménio (2010). Comunicação Pessoal e Organização: Teórica e Prática. 2ª Edição. Edições Sílabo
- REIS, Isabel (2011). A reconfiguração da temporalidade da rádio na era da Internet. *Comunicação e Sociedade*, nº20
- RIBEIRO, Fernando Vasco Moreira (2006). Fontes Sofisticadas de Informação. Análise do produto jornalístico político da imprensa nacional diária de 1995 a 2005. FLUP: Disponível em: [<http://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/13047/2/FontesSofisticadasdeInformao000069327.pdf>]
- RODRIGUES, Adriano Costa (2006). Jornalismo nas Ondas do Rádio - Estudo de caso: Análise crítica do programa “O Ministério Público e a Cidadania”. Brasil: Bocc. Disponível em: [<http://www.bocc.ubi.pt/pag/rodrigues-adriano-jornalismo-ondas-radio.pdf>]
- SANTOS, Rogério (2003). Jornalistas e as Fontes de Informação. Cadernos Minerva. Edição Minerva Coimbra
- SANTOS, Rogério (2005). As Vozes da Rádio. 1924-1939. Editorial Caminho
- SCHMITZ, Aldo Antonio (2010). Classificação das fontes de notícias. Brasil: Bocc. Disponível em: [<http://www.bocc.ubi.pt/pag/schmitz-aldo-classificacao-das-fontes-de-noticias.pdf>]
- SCHMITZ, Aldo António (2011). Fontes de Notícias. Ações e Estratégias das fontes de jornalismo. Editora Combook. Disponível em :
[http://www.faculdadeparque.com.br/ebooks/Fontes_noticias.pdf]

SILVA, Daniela Baltazar (2008). As rádios locais: o que mudou desde 1989?. Covilhã.

Disponível em:

[<https://ubithesis.ubi.pt/bitstream/10400.6/1427/1/Tese%20Mestrado%20-%20Daniela%20Silva.pdf>]

SILVA, Jorge (2012). A Rádio em datas em Portugal. Disponível em:

[<http://telefonica.no.sapo.pt/datesportugal.htm>]

SILVA, Jorge (2012). A Telegrafia sem fios em Portugal. Disponível em:

[<http://telefonica.no.sapo.pt/telegrafic.htm>].

SIMÃO, João (2007). Manual do Jornalismo Impresso. O informativo. UTAD: Disponível em:

[<http://comunicamos.files.wordpress.com/2007/09/press-manual.pdf>]

SOUSA, Jorge Pedro (2006). Elementos de Teoria e Pesquisa da Comunicação e dos Media. 2ª

edição. Porto. Disponível em: [<http://bocc.unisinos.br/pag/sousa-jorge-pedro-elementos-teoria-pequisa-comunicacao-media.pdf>]

TORRES, Eduardo Cintra (2011). A Televisão e o Serviço Público. Fundação Francisco Manuel dos Santos

TRAQUINA, Nelson (2007). O que é o Jornalismo?. 2ª Edição. Quimera Editores

ANEXOS

Índice de Anexos

Anexo 1 – Folha das Rondas

Anexo 2 – *Push-ups*

Anexo 3 – Agenda da Sede

Anexo 4 – Agenda das Delegações

Anexo 5 – Lista de convidados

Anexo 6 – CD

Parte I – Porto Canal

Anexo A1 – Peças

Anexo A2 – *Offs*

Parte II – Universidade FM

Anexo B1 – Programa “Pass UTAD”

Anexo B2 – Programa “Aqui Fala-se de...”

ANEXO 1

CONTACTOS	10H00	12H00	14H00	16H30	19H00
-----------	-------	-------	-------	-------	-------

BOMBEIROS

Voluntários do Porto	22 205 58 45				
Sapadores	22 507 37 00 / 22 509 01 12				
Voluntários Portuenses	22 615 18 00				
CSG (Gaia)	22 377 80 00				
Gondomar	22 483 00 01				
Leça do Balio	22 951 13 30				
Leixões	22 938 00 18				
Matosinhos	22 998 41 90				
Maia	22 942 10 02				
Valongo	22 422 00 02				
Ermesinde	22 971 00 29				
Vila do Conde	252 640 600				
Póvoa de Varzim	252 291 500				
Trofa	252 400 700				
Famalicão	252 301 112				
Braga	253 264 077				
Barcelos	253 802 050				
Paredes	255 788 780				
Lousada	255 912 019				
Penafiel	255 212 122				
Esposende	253 969 110				
Guimarães	253 515 444				

GUARDA FISCAL:

Comando/ sec. Operações	22 339 49 60 - RP				
-------------------------------	-------------------	--	--	--	--

GNR:

Comando/ Rel. Públicas	22 339 96 00/ 22 339 96 50				
Trânsito	22 606 42 55				
Feira (B.T.)	256 373 306				
Maia (B.T.)	22 968 84 70				
GNR (Gaia)	22 786 20 00				
Fânzeres	22 486 20 29				
Matosinhos	22 998 29 40				
Póvoa de Varzim	252 24 03 50				
Santo Tirso	252 808 250				
Gondomar	22 483 08 58				
Canelas	22 711 93 48				
Vila do Conde	252 640 160				

Guimarães	253 42 25 70					
Braga	253 20 30 30					
Trofa	252 49 91 80					
Valongo	22 411 92 80					
Paços de Ferreira	255 86 54 93/ 255 96 24 31					

PSP:

Comando/ Of. Dia	22 209 20 00					
Gondomar	22 483 03 81					
Maia	22 947 96 90					
Matosinhos	22 939 90 40					
Póvoa de Varzim	252 29 81 90					
Valongo	22 422 17 95					
Barcelos	253 802 570					
Braga/Guimarães	253 200 420 - RP					
Gaia	22 375 79 72					
PSP (Campanhã)	22 536 58 88					

CAPITANIAS:

Douro	22 207 09 70					
Póvoa	252 624 051					
Vila do Conde	916 352 737					
CCO Norte	22 619 76 51					

ANEXO 2



26 de junho de 2014

WWW.PORTOCANAL.SAPO.PT

Push-Ups para:

- Síntese das 17h
- Síntese das 18h
- Síntese das 19h
- Jornal Diário 20h
- Último Jornal 24h

[ENVIE COMENTÁRIOS, SUGESTÕES OU PERGUNTAS PARA
FACBOOK.COM/INFORMACAOPORTOCANAL](https://www.facebook.com/informacaoportocanal)

NORTE: UTENTES CONTESTAM FUSÃO DAS FINANÇAS EM MATOSINHOS * MUSEU "POVEIRA" ARRANCA EM 2014 NA PÓVOA DE VARZIM * EXECUTIVO SOCIALISTA DE SANTO TIRSO PRETENDE CRIAR UM FUNDO DE 150 MIL EUROS PARA AJUDAR CARENCIADOS * NOVO EXECUTIVO DA CÂMARA DE AMARES ENCONTRA DÍVIDA DE 10 MILHÕES * EMPRESA EM BARCELOS CONTRATA PROFESSOR PARA ENSINAR OPERÁRIOS * ÁREA METROPOLITANA DO PORTO FAZ BALANÇO DO PROGRAMA DE EMERGÊNCIA SOCIAL * EMPRESÁRIO DO PORTO DE 57 ANOS FICOU 30 HORAS PRESO NO CARRO APÓS CAIR EM RAVINA NA ZONA DE RIO CALDO * GRÁVIDA DEU À LUZ NUM CAFÉ NA FREGUESIA DE LAVRA, EM MATOSINHOS * DOIS HOMENS ATEARAM FOGO A VIATURA COM O CONDUTOR NO INTERIOR EM ARCOS DE VALDEVEZ

PAÍS: ELEIÇÕES PARA A ACADEMIA DE COIMBRA COM SEGUNDA VOLTA NA PRÓXIMA SEMANA * ARGUIDOS ACUSADOS DE TRAFICAR COCAÍNA DA ARGENTINA CONHECEM SENTENÇA EM ALENQUER * ESTUDO DA DECO REVELA QUE REMÉDIOS SEM RECEITA SÃO 10% MAIS BARATOS NOS HIPERMERCADOS * PETIÇÃO DE DEFESA DO ANTIGO CINEMA ODÉON CHEGA À ASSEMBLEIA DA REPÚBLICA * INE E FUNDAÇÃO MANUEL DOS SANTOS APRESENTAM RESULTADOS DO INQUÉRITO À FECUNDIDADE * INCÊNDIO EM S. PEDRO DO SUL COM FRENTE DE QUASE DOIS QUILOMETROS AMEAÇOU ALDEIA * BOMBEIROS COMBATEM NOVO INCÊNDIO NO DISTRITO DE VISEU * APENAS 18% DA AUSTERIDADE FOI TRAVADA PELO CONSTITUCIONAL * DOCUMENTÁRIO "TERRA DE NINGUÉM", DE SALOMÉ LAMAS, ESTREIA NA QUINTA-FEIRA * PAULA RODRIGUES COM O ROMANCE "HORIZONTE E MAR", VENCE PRÉMIO REVELAÇÃO AGUSTINA BESSA-LUÍS * ORIGINAIS DE



ARTISTAS URBANOS EXPOSTOS EM GALERIA E EM PAREDES DE LISBOA *
CAVACO SILVA CONDECORA O FADO DE ARGENTINA SANTOS, VICENTE DA
CÂMARA E CARLOS GONÇALVES * ESCRITOR NUNO JÚDICE RECEBE O PRÉMIO
RAINHA SOFIA DE POESIA IBERO-AMERICANA *

MUNDO: EM MACAU TAXA DE DESEMPREGO MANTEVE-SE EM 1,9% ENTRE
AGOSTO E OUTUBRO * GOVERNO DE MOÇAMBIQUE PREVÊ DUPLICAR
PRODUÇÃO ENERGÉTICA ATÉ 2026 * AUTORES BRASILEIROS LANÇAM LIVRO
SOBRE ART DÉCO COM REFERÊNCIAS A MONUMENTOS PORTUGUESES *
JORNALISTA EQUATORIANA JANET HINOSTROZA VENCE PRÉMIO
INTERNACIONAL LIBERDADE DE IMPRENSA * FORD CHAMA ÀS OFICINAS
150.000 PROPRIETÁRIOS DO ESCAPE POR RISCO DE INCÊNDIO * HUMAN RIGHTS
WATCH EXIGE INVESTIGAÇÃO AO ASSASSÍNIO DE ATIVISTA ANGOLANO *
OPOSIÇÃO ANGOLANA SAI À RUA PARA FUNERAL DE DIRIGENTE MORTO PELA
GUARDA PRESIDENCIAL * MERKEL CHEGA A ACORDO COM O SPD PARA
FORMAR GOVERNO * JOSÉ DIRCEU PEDIU AUTORIZAÇÃO PARA TRABALHAR
FORA DA CADEIA COMO GERENTE DE HOTEL * POLÍCIA IMPEDE MARCHA EM
LUANDA ALEGANDO FALTA DE AUTORIZAÇÃO * PAPA FRANCISCO CRITICA
A PRÓPRIA IGREJA *

ANEXO 3

Data	Agenda	Fonte	Hora	Local	Conteúdo	Contacto	PGM	Saída	Repórter	Câmara
					EDITAR SÍNTESE INTERNACIONAL		INFORMAÇÃO			
					EDITAR SÍNTESE DE ABERTURA		INFORMAÇÃO			
					REDACTOR HUMBERTO				HUMBERTO	
					CONGELADOR: [IN24IASC] INAUGURAÇÃO ANADIA SPORTS CENTER - JOANA [IN24MAIN] MANUEL CLEMENTE INAUGURA CAPELA SENHORA LAPA - MONICA					
DANIELA					DOSSIER: PEDIDOS DE AJUDA ASSOCIAÇÃO INQUILINOS NORTE					
DANIELA					1 Peça com associação inquilinos + advogados perceber o tipo de ajuda que dão, quais pedidos pedem...	FEITO CARINA 22 MARÇO				

DANIELA					1 Peça caso prático (arranjar família que tenha recorrido à associação) – CARINA A FAZER	FEITO CARINA 22 MARÇO				
					GALA ASSOCIAÇÃO DE FUTEBOL DO PORTO					
					BARBARA FAZ PRODUÇÃO manhã e grava rubrica Ricardo Couto (15h)					
HÉLDER	PROP OSTA				Portagens: Estradas de Portugal dá apoio a estrangeiros com centro de atendimento A Estradas de Portugal começa a prestar apoio, a partir de um centro de atendimento, aos automobilistas estrangeiros que entrem em Portugal e queiram pagar títulos para circular nas autoestradas com portagens eletrónicas.					

			9H00		EDUARDA DE PIQUETE				EDUARDA	VITOR MARTINHO
HÉLDER	CLAUDIA		11H00		SEGUNDO PIQUETE 11H00				CARINA	NELSON
HÉLDER	PROPOSTA		9H00		Combustíveis: Gasóleo desce e gasolina sobe O preço dos combustíveis deverá registar tendências opostas na próxima semana com o gasóleo a descer ligeiramente enquanto o preço da gasolina deverá regressar às subidas. Segundo avançou à Lusa fonte do setor, esta semana as cotações dos produtos petrolíferos apresentaram movimentos contrários: o gasóleo apresentou uma ligeira descida face à média da semana anterior, tendo a gasolina subido. A evolução das cotações em euros aponta para uma nova descida no preço do gasóleo que deverá rondar				ZE LUIS	NELSON

					meio cêntimo por litro e para uma subida que se deverá situar entre os dois e os três cêntimos por litro no preço da gasolina.					
MILENE	EMAIL		9H - 16H	Liga Portuguesa Contra o Cancro – Núcleo Regional do Norte	300 inscrições para 80 vagas Novo Curso Voluntariado Oncológico reforça a humanização na saúde - Dias 25, 26 e 27 de Março 2012 - (9h00 - 16h00) Liga Portuguesa Contra o Cancro – Núcleo Regional do Norte Actualmente com 450 voluntários hospitalares e mais de 3000 voluntários comunitários o Núcleo Regional do Norte da Liga Portuguesa Contra o Cancro vai lançar um novo Curso de Voluntariado Oncológico.	919223489				

ANEXO 4

Data	Agenda	Fo nte	Hora	Local	Conteúdo	Contacto	PGM	Saída	Repórter	Câmara
					FOLGA DO ALTO MINHO, BRAGA/GUIMARÃES COBRE ESSA REGIÃO					
MILENE	ANDREI A FERNA NDES		9H0 0	Arcos de Valdevez - Sede da Junta de Freguesi a	Seminário "A Paisagem humanizada do Alto Minho - Os Socalcos de Sistelo" - Uma iniciativa da Câmara Municipal de Arcos de Valdevez. Programa: <u>09:00</u> - Encontro em Arcos de Valdevez <u>09:15</u> - Saída para Sistelo <u>10:00</u> - Trilho “Das Pontes” (Igreja - Sistelo) Breve apresentação do estudo: “Caracterização, conservação e divulgação das áreas ripícolas do rio Vez e seus afluentes no sítio do rio	Maria João Brito Gabinete de Imprensa				

					Lima” por Luís Macedo (Câmara Municipal de Arcos de Valdevez) <u>12:00</u> - Miradouro da Estrica Interpretação da paisagem - Socalcos de Sistelo Breve apresentação do estudo “Preservação dos Habitats Naturais” por Cristina Rodrigues 14:00 - Prova gastronómica: degustação de produtos locais Breve enquadramento dos estudos: "O feijão “tarrestre” das Serras do Soajo e Peneda" por Ana Barata e Aida Reis "Promoção e Conservação das Raças Autóctones" por Rui Dantas					
--	--	--	--	--	---	--	--	--	--	--

DANIEL A	CDS BRAGA		A PAR TIR DAS 9H3 0	“Praça de Santiago ”; GUIMA RÃES	<u>9h:30m</u> – Recepção da Prof. Dr.^a Assunção Cristas, Prof. Nuno Vieira e Brito, Eng. Altino Bessa, Dr. André Coelho Lima, Dr. Rui Barreira nas instalações da Adega Cooperativa de Guimarães seguida de visita às instalações da Adega Cooperativa e apresentação do vinho “Praça de Santiago”; <u>10h.00</u> – Fórum sobre o tema: “Agricultura como fator de desenvolvimento”: - Sequeira Braga – Presidente da Adega Cooperativa de Guimarães - André Coelho Lima – Líder da Coligação “Juntos por Guimarães” - Assunção Cristas – Vice-Presidente do CDS-PP <u>10h.45m</u> – Período de debate moderado pelo Eng. Altino Bessa;		INFORMA ÇÃO	PRÓP RIO DIA		
-------------	--------------	--	------------------------------------	---	---	--	----------------	--------------------	--	--

					11h.30m – Encerramento;					
					DE PREVENÇÃO PARA ACTUALIDADE					
SARA	PRESS		9H30	Escola de Direito da Universidade do Minho	Advogado da JPAB, João Rocha de Almeida, modera debate sobre concessões públicas. No âmbito do protocolo celebrado entre a JPAB – José Pedro Aguiar-Branco & Associados e a Escola de Direito da Universidade do Minho na (EDUM), João Rocha de Almeida, advogado da JPAB, Mestre em Ciências Jurídico-Administrativas, foi convidado para moderar o painel sobre “As Concessões Públicas no Direito Nacional e no Direito Europeu”. O painel, inserido na sessão de estudo “Direito (Europeu) da Contratação Pública: o Estado da Arte					

ANEXO 5

Semana de 30 a 01 de Outubro

FRISAR QUE É AS 24H

2ª Feira/ 30 Setembro SEGUNDA

SEGUNDA NÃO TEM CONVIDADOS

3ª Feira/ 01 Outubro TERÇA

Nuno Camilo, Presidente da Associação Comerciantes do Porto (PSD) – 91xxxxxxx – **CONFIRMADO**

Pedro Froufe (Professor Universitário) – 93xxxxxxx – **CONFIRMADO**

4ª Feira/ 02 Outubro QUARTA

Paulo Cavaleiro, Deputado PSD – 96xxxxxxx - **CONFIRMADO**

Honório Novo, PCP – 96xxxxxxx – **CONFIRMADO**

5ª Feira/ 03 Outubro QUINTA

João Pedro Dias, Advogado, CDS/PP – 93xxxxxxx – **CONFIRMADO**

Jorge Catarino, Médico, PS – 93xxxxxxx – **CONFIRMADO**

6ª Feira/ 04 Outubro SEXTA

SEXTA NÃO TEM CONVIDADOS

ANEXO 6