



INSTITUTO POLITÉCNICO DE LISBOA
ESCOLA SUPERIOR DE COMUNICAÇÃO SOCIAL

Mestrado em Jornalismo

Conflito Russo-Ucraniano
– O agendamento noticioso da SIC

Relatório de estágio com vista à obtenção do grau de Mestre em Jornalismo

Ana Rita Sousa Teixeira

Trabalho orientado pelo Prof. Dr. José Luís Garcia

Lisboa, novembro de 2014

DECLARAÇÃO

Declaro ser autora deste trabalho, parte integrante das condições exigidas para a obtenção do grau de Mestre em Jornalismo, que constitui um trabalho original que nunca foi submetido (no seu todo ou em qualquer das partes) a outra instituição de ensino superior para obtenção de um grau académico ou qualquer outra habilitação. Atesto ainda que todas as citações estão devidamente identificadas. Mais acrescento que tenho consciência de que o plágio poderá levar à anulação do trabalho agora apresentado.

Lisboa, 12 de novembro de 2014

A candidata,

RESUMO

O presente relatório de estágio foi elaborado no âmbito do Mestrado em Jornalismo, da Escola Superior de Comunicação Social de Lisboa, com o objetivo de atingir a obtenção do grau de mestre. Como tal, tem como pano de fundo o meu percurso de seis meses enquanto estagiária na Sociedade Independente de Comunicação – SIC, que decorreu entre 2 de dezembro de 2013 e 1 de junho de 2014.

O documento compõe-se de duas partes. Na primeira, é apresentada a empresa onde o estágio se realizou e uma reflexão sobre a prática profissional em que estive envolvida. Na segunda, desenvolveu-se uma iniciação à investigação decorrente de um tema estreitamente articulado com o que foi o exercício laboral no local de estágio. Relativamente a este último tópico, e tendo por base o conflito atual entre a Ucrânia e a Rússia, procurou-se entender qual o agendamento noticioso que esse acontecimento teve e quais os principais valores noticiosos inerentes às opções por parte da SIC. Como metodologia para os fins referidos, foi utilizada a observação participante, entrevistas e a análise aos jornais da noite da estação correspondentes ao período de estágio.

Palavras-chave: *Agenda-Setting*; Valores-notícia; SIC; Ucrânia; Rússia.

ABSTRACT

This internship report was prepared as part of the master (MA) in Journalism, which takes place at Escola Superior de Comunicação Social de Lisboa (ESCS – Higher School of Social Communication of Lisbon), with the goal of achieving a master degree. As such, it's a reflection of my journey during six months as an intern at the Independent Communications Society - SIC, which ran from December 2, 2013 and June 1, 2014.

This document consists of two parts. At first, we present the company (SIC) where the internship took place and a reflection on professional practice in which I was involved. In the second part, we develop an initiation to a research arising from a closely articulated theme with the journalist role and with the internship. Lastly, in regard to the previous topic, and based on the current conflict between Ukraine and Russia, we seek to understand the scheduling news that this event had and what are the main news values that were applied by the decision options taken by SIC. The methodologies for our purposes were participant observation, interviews and the analysis of the news in the late night season - corresponding to the internship period.

Keywords: Agenda-Setting; News-Values; SIC; Ukraine; Russia.

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, pelo amor incondicional. Agradeço todos os sacrifícios que fizeram ao longo da vida para que eu conseguisse ingressar no Ensino Superior. A eles, que são os meus pilares fundamentais.

Ao meu orientador, Professor Doutor José Luís Garcia, pela orientação, exigência e sabedoria.

À minha família, amigos, colegas e profissionais da SIC, por tudo o que vivi e aprendi com eles.

Ao Diogo, à Sara e à Marisa.

ÍNDICE

Declaração.....	I
Resumo.....	II
Abstract.....	III
Agradecimentos.....	IV
Introdução.....	3
Capítulo I – Local de estágio – SIC.....	5
1. SIC – o surgimento da televisão privada em Portugal.....	5
2. Universo SIC.....	7
3. Grupo <i>Impresa</i> : o nascer de uma <i>holding</i>	10
Capítulo II - Dos antecedentes da Teoria do Agendamento até à atualidade.....	12
4. Antecedentes da Teoria dos Efeitos Limitados.....	12
4.1. Teoria Hipodérmica: o apogeu da sociedade de massa.....	12
4.2. Superação da Teoria Hipodérmica e os seus subsequentes.....	14
5. Dos efeitos limitados aos efeitos cumulativos.....	16
5.1.A hipótese do agendamento: uma construção cognitiva do mundo.....	16
5.2.Agenda tripartida: mediática, pública e política.....	20
5.3.Limitações.....	23
6. É notícia! - Como e porquê.....	25
6.1.O <i>gatekeeper</i> mediático	25
6.2. O <i>newsmaking</i> ao abrigo dos critérios de noticiabilidade e dos valores-notícia.....	27

Capítulo III – O meu percurso na SIC	31
7. Agenda: o berço do processo noticioso.....	33
8. Produção dos Jornais de Sábado.....	36
9. Editoria de Desporto: a magia da emoção.....	41
10. Madrugadas informativas da SIC Notícias: há sempre algo para contar....	44
Capítulo IV – Agendamento noticioso do conflito na Ucrânia	46
11. Conflito na Ucrânia: antecedentes que explicam a atualidade.....	46
12. Valores-notícia inerentes ao agendamento do conflito russo-ucraniano....	50
Considerações Finais	58
Referências Bibliográficas	61

Anexos

1. Tabelas e Gráficos.....	65
1.1 Tabela	65
1.2 Gráfico.....	66
2. Entrevistas.....	66
2.1 Entrevista a Sofia Arede.....	66
2.2 Entrevista a Cândida Pinto.....	70
3. Mapas.....	75
3.1. Mapa I.....	75
3.2. Mapa II.....	75
4. Reportagens.....	76

Introdução

A componente prática é um elemento importante para a formação pessoal e acadêmica de um aluno de comunicação. O ideal será, por isso, a constatação de um equilíbrio entre teoria e prática. Por estes motivos, entendo que tanto as aulas de componente experimental como o estágio curricular têm um papel preponderante e basilar na aprendizagem e educação dos jovens universitários. O estágio assume-se, assim, como um momento fundamental e de descoberta para quem opta pela sua realização. É durante esse período que se colocam em ação as lições aprendidas nas salas de aula; é, também ali, que se toma consciência da realidade do mundo do trabalho e da sua consequente exigência.

Durante os seis meses de estágio na SIC entendi e vivenciei o constante rodopio de uma redação televisiva, onde a imposição do trabalho é ditada pelo tempo – ou falta dele. Cada acontecimento tem que ser acompanhado ao segundo e transmitido para o telespectador, de preferência, sem falhas ou imprecisões. Ali constatei muitos conceitos e premissas estudados ao longo da formação acadêmica, ao passo que tive, também, oportunidade de os aplicar e melhorar. Considero, portanto, o estágio como um elo de ligação fulcral entre o mundo acadêmico e profissional. Assim, o presente documento relata a minha experiência na SIC, bem como as tarefas realizadas, as lições aprendidas e os obstáculos encontrados ao longo deste percurso trabalhoso de vários meses.

A transmissão televisiva tem a necessidade de se reinventar diariamente e assume – para o bem e para o mal – um papel importante na sociedade atual. “Hoje, a televisão é o grande templo da ritualidade moderna: templo de representação, da verdade e da legitimidade social” (Fernandes, 2001: 39). Os *media* assumem, portanto, uma posição de poder, tendo a capacidade de orientar e organizar a interpretação da realidade através do seu discurso (*ibidem*). Coloca-se, aqui, uma questão que me parece fundamental: quais os critérios que estão na base da produção noticiosa? É a partir desta pergunta que se desenrola parte do meu relatório. Com base em vários autores tentei encontrar a resposta, entender o agendamento noticioso assim como a sua evolução.

O capítulo conceptual deste trabalho debruça-se sobre as investigações desenvolvidas ao longo dos anos nos efeitos cognitivos da comunicação de massas.

Partindo de vários autores foram traçadas as principais características do *Agenda-Setting*, os seus avanços e recuos. Tal como outros modelos e teorias inseridos nos estudos sobre a comunicação, a Teoria do Agendamento está intimamente ligada aos fenómenos sociológicos, o que a obriga a um constante reajustamento. Tendo este aspeto em conta, o capítulo é finalizado com um olhar sobre os dias de hoje e sobre o que confere noticiabilidade a um acontecimento.

Como forma de concretizar o capítulo sobre o *Agenda-Setting*, decidiu-se aplicar as bases desta teoria a um evento noticioso que teve especial enfoque durante o meu período de estágio: o conflito entre a Rússia e a Ucrânia. Num capítulo exclusivo a este assunto fez-se, inicialmente, uma contextualização do conflito e, de seguida, realizou-se uma análise ao agendamento noticioso da SIC sobre este acontecimento. Aqui, pretendeu-se entender que critérios lhe conferiram noticiabilidade e quais os valores-notícia inerentes ao conflito que lhe deram tempo de antena ao longo dos meses.

O presente relatório dá, por conseguinte, a conhecer o meu percurso na SIC enquanto estagiária, ao mesmo tempo que relata da forma mais honesta e fidedigna possível as minhas vivências na azáfama de uma redação televisiva. Este trabalho pretende, ainda, refletir sobre o que se tem vivido no leste da Europa, tentando descortinar a cobertura e o agendamento noticioso dos acontecimentos.

Capítulo I –Local de Estágio - SIC

A televisão fascina porque corporifica a cultura que representa. Num sentido genuíno, a televisão é a cultura hoje: caprichosa, sem moderação e absorvida por uma devoção quase religiosa ao consumo.

(Cashmore,1998: 11)

Neste primeiro capítulo irei apresentar alguns dos traços da Sociedade Independente de Comunicação ou simplesmente SIC, onde decorreu o meu estágio curricular. Esta empresa está inserida numa outra de maior dimensão: o grupo *Impresa*. Assim, darei a conhecer certos elementos históricos de ambas embora me debruce, essencialmente, sobre a SIC. Em relação a esta, focarei em especial na sua orientação no espetro televisivo e os seus canais.

1. SIC – o surgimento da televisão privada em Portugal

Tocava o hino da estação. No ecrã aparecia a figura de Alberta Marques Fernandes. Assim se dava início à transmissão da SIC, às 16h30 do dia 6 de outubro de 1992. Foi a primeira estação televisiva privada no nosso país que veio colocar fim a trinta e cinco anos de exclusividade da RTP no mercado televisivo português. Três anos depois do seu arranque, a SIC atingia a liderança do mercado com 41,4% de *share* (Santos, 2010) porque apesar da informação ter sido a sua primeira aposta, tentou nunca descorar do resto da programação. “Ainda antes da abertura da sua estação, o Presidente do Conselho de Administração da SIC, Francisco Pinto Balsemão, prometia confronto aberto com a programação da RTP” (Lopes, 2000: 1).

Credibilidade, Qualidade, Inovação, Modernidade, Diversidade, Dinamismo e Proximidade são os valores pelos quais o canal se diz reger.¹ Procurou aliar a componente informativa a uma programação inovadora e isso valeu-lhe, inicialmente, grandes audiências. Passados poucos anos após a sua criação, “o primeiro canal privado

¹ <http://www.impresa.pt/incoming/2013-11-07-valores-sic>

português conseguia não só suplantar as audiências da Radiotelevisão Portuguesa, como apresentar um Relatório de Contas com resultados positivos” (Lopes, 2000: 1-2). Contudo esta “guerra” pela preferência do público teve batalhas vencidas ora pela RTP, ora pela SIC. E, apesar do canal privado ter levado a melhor, nem sempre assim foi:

Na era do exclusivo das telenovelas da Globo na SIC, o Canal 1 da RTP, sem os trunfos vindos do outro lado do Atlântico, voltava-se para a informação. Estávamos nos primeiros meses de 1995. O Telejornal – na altura o bloco informativo preferido dos portugueses – chega a atingir aquilo que à época era uma duração inédita: 60 minutos. O Jornal da Noite na SIC acompanhava-o, pois era preciso fidelizar o público que, depois das 20h30, mudava de canal para ver, na estação privada, o êxito da Globo chamado Irmãos Coragem. Sem sucesso. O Telejornal continuava a arrecadar as preferências dos portugueses até se precipitar, em Maio, num exclusivo que tirou à SIC, mas que o atirou para uma queda vertiginosa: os preparativos para o casamento do Duque de Bragança D. Duarte. Durante a semana que antecedeu a boda, o noticiário do canal 1 abria às 20h00 mas limitava-se apenas a uma duração de oito a dez minutos para dar, depois, lugar a reportagens sobre a monarquia. O povo, republicano, não perdoou e mudou de canal.(...) Estava perdida a liderança das audiências, conseguindo a SIC a proeza de, em menos de três anos, ser o canal mais visto (Lopes, 2000: 3).

Por um lado declarava pretender públicos mais exigentes, aparentemente cansados da ligação estreita entre a RTP e o Estado; por outro, esforçava-se para inovar e criar conteúdos que agradassem a um segmento mais popular dos telespectadores. A SIC continuava, assim, a ganhar terreno face à concorrência graças, essencialmente, à informação. Esta aposta da estação inspirou-se no modelo de jornalismo da CNN, ao tentar reinventar as notícias, a forma de as transmitir e, acima de tudo, noticiar elementos menos visíveis dos acontecimentos mas, ainda assim, importantes e apelativos (Santos, 2010). A título de exemplo, as reportagens eram o espelho do trabalho e da qualidade da estação e, em 1997, a SIC conquistou seis prémios na área de Grande Reportagem. O próprio alinhamento dos jornais televisivos da SIC “inverteu aquilo que durante anos se aceitou ser a ordem natural de hierarquizar a informação” (Lopes, 2000: 5). Desta forma, o canal de Carnaxide distanciou-se da ordenação Nacional/Internacional/Sociedade/Desporto/Cultura/Fait-divers e passou a dar prioridade a outros critérios noticiosos: a novidade e proximidade dos temas aos portugueses (*ibidem*).

A estação adotou uma grelha de conteúdos diversificada e, apesar da informação assumir um lugar estratégico, o entretenimento não foi esquecido, tal como já referi anteriormente. Séries e Telenovelas, concursos, *talk-shows* e *reality-shows* foram algumas das apostas da SIC criando programas incontornáveis como o “Big Show Sic”, “Roda dos Milhões”, “Ponto de Encontro”, “Chuva de Estrelas”, “Os Donos da Bola”, entre muitos outros. Figuras consideradas relevantes foram, também, lançadas pelo canal: Margarida Marante, Miguel Sousa Tavares, José Alberto Carvalho, Rodrigo Guedes de Carvalho e Cândida Pinto.

No que diz respeito ao público-alvo, a SIC afirma que tem telespectadores diversificados, de várias idades, classes sociais e originários de “várias regiões do país”.² Contudo, há uma predominância do público feminino. “A diversificação de espectadores prende-se ao facto de a SIC ser uma televisão generalista e, como tal, a sua programação ser desenvolvida para ir ao encontro das necessidades dos vários tipos de público existentes”.³

Desde 1 de Março de 2012, que o canal atribuiu à *GfK Metris*, a tarefa de realizar o painel de audimetria. E, segundo dados disponibilizados pela SIC, referentes ao ano de 2012, o painel da *GfK* “é constituído por 1100 lares dos quais 679 são em lares com TV por subscrição e 421 são em lares sem subscrição. Por cada televisor existente no lar do painel há um audímetro, que regista o estado do televisor a cada minuto. Isto é, se está ligado ou desligado e que canais estão sintonizados.”⁴

Com o surgimento da internet e das novas tecnologias, houve uma profunda transformação no modo de transmitir e receber a informação. Emissor e recetor passam a estar mais próximos e ligados interativamente. A SIC esforçou-se, desde cedo, para entrar no universo digital e em 1996 iniciou um estudo que se prolongou por vários anos onde se preparava um projeto ambicioso que permanece até hoje: a *SIC Online*.

2. Universo SIC

Em 1995, a SIC estabeleceu um contrato com a *TV Cabo* o que lhe permitiu transmitir para a Madeira e Açores aumentando o espetro de telespectadores. Dois anos

² <http://sic.sapo.pt/online/sites+sic/sic+institucional/historia/>

³ <http://www.imprensa.pt/marcas/sic/2014-02-21-SIC>

⁴ <http://sic.sapo.pt/NR/rdonlyres/C57BFE6D-F073-469B-939F-891B8D87D1E6/1039883/HistorialSIC2013.pdf>

depois, é lançada a SIC Internacional com o objetivo de chegar à diáspora e às Comunidades de Língua Oficial Portuguesa. Poucos anos passavam e foram criados canais como a SIC Filmes (1998) e SIC *Gold* (2000), que entretanto já foram extintos.

O universo SIC abrange uma série de canais temáticos segmentados pelos mais variados temas e com objetivos muito distintos. São eles:



Canal dedicado, exclusivamente, à informação. Criado em janeiro de 2001, torna-se no segundo canal temático da estação. A SIC Notícias tem como diretor António José Teixeira e oferece blocos noticiosos e programas temáticos sobre economia, saúde, cultura e desporto. Devido a fortes estratégias de internacionalização, já alcançou mais de três milhões de telespectadores fora de Portugal, espalhados por Angola, Moçambique, Cabo Verde, Estados Unidos, Suíça e Canadá.



A partir do seu surgimento, em abril de 2001, assume-se como um canal alternativo e irreverente. O público-alvo é, na sua maioria, adolescentes e jovens adultos que, aparentemente, se identificam com a grelha de programação. Apesar de algumas modificações visíveis ao longo dos anos, o canal é constituído, essencialmente, por séries, *talk-shows*, *britcom*, programas amadores, entre outros. O canal dirigido por Pedro Boucherie Mendes surge em 2011 com um grafismo totalmente remodelado, aquando do décimo aniversário.



Nasceu, simbolicamente, no dia 8 de março de 2003. É um canal de “de informação e entretenimento para e sobre mulheres, que emite 24 horas por dia.”⁵ Apesar do público-alvo ser a mulher, são vários os programas com interesse, também, para o público masculino. A grelha de programação é constituída por conteúdos nacionais e estrangeiros nos quais se integram: filmes, séries, *talk-shows* e magazines. O objetivo do canal é difundir “programação de qualidade destinada à mulher, que não se revê na totalidade em nenhum dos canais disponíveis no panorama televisivo português da atualidade. É um canal que se destina à mulher que já saiu de casa dos pais; para a mulher que já não estuda; já é independente; trabalha; tem uma carreira; já casou; tem um ou mais filhos.”⁶ Para além disto, pode, ainda, ler-se no *site* dedicado ao canal que “na SIC Mulher pretende-se informar, entreter, divertir e, sobretudo, ajudar a mulher a aprender mais sobre si mesma e a desenvolver o seu potencial.”⁷



Surgiu em 2009 e é um canal destinado a um público infanto-juvenil. Com o *slogan* “Aventura-te” pretende divertir o seu público, não esquecendo “a componente social”.⁸ A SIC K “foi o primeiro canal ensaiado em Portugal, pensado exclusivamente para jovens entre os sete e os catorze anos.”⁹ Aposta na variedade de conteúdos, dando preferência aos que são em português. O canal tem como princípios “o divertimento, a inteligência e o espírito crítico de cada um”.¹⁰



⁵ <http://sic.sapo.pt/online/sites+sic/sic+institucional/universo/sicmulher.htm>

⁶ <http://www.impresa.pt/marcas/sic/2014-08-28-SIC-Mulher>

⁷ <http://www.impresa.pt/marcas/sic/2014-08-28-SIC-Mulher>

⁸ <http://sic.sapo.pt/online/sites+sic/sic+institucional/universo/SIC+K.htm>

⁹ <http://www.impresa.pt/marcas/sic/2014-08-28-SIC-K>

¹⁰ <http://www.impresa.pt/marcas/sic/2014-08-28-SIC-K>

É a mais recente aposta da estação e é a “extensão natural da revista CARAS em televisão”¹¹ ; Centra-se, por isso, no entretenimento e vida social de figuras públicas. Estreou a 6 de dezembro deste ano e a sua programação conta com entrevistas, *talk-shows*, filmes e conteúdos relacionados com o mundo do espetáculo. Na opinião de Daniel Oliveira, diretor do canal, a SIC Caras é “um canal inovador, disruptivo e empolgante” que “traz uma nova linguagem e um novo modo de olhar para o universo das celebridades, numa era em que este tipo de temáticas já não estão circunscritas a um sector, foram capturadas pelos *mainstream media* e são transversais do ponto de vista da atenção que geram em todos os domínios da sociedade. Passaram a ser temas de toda a gente.”¹²

3. Grupo *Impresa* : o nascer de uma *holding*

A SIC está inserida dentro de um grupo de Comunicação Social – um dos maiores no panorama nacional – a *Impresa*. Para se entender a génese da estação televisiva é pertinente conhecer o grupo a que esta pertence e a sua respetiva história e raízes. Só com este espetro se consegue identificar de forma mais coerente os valores que regem o canal.

Em 1972, em pleno período Marcelista, Francisco José Pereira Pinto Balsemão criou a *Sojornel/Expresso*. Apesar do clima de tensão e censura que se fazia sentir no país, pretendia-se criar um semanário de qualidade, que preenchesse a lacuna existente na difusão de informação, em Portugal. Com o objetivo conseguido, o *Expresso* foi o início daquilo que hoje é o grupo de comunicação social *Impresa*, que tem o seu fundador como presidente e *CEO*. Em 1988 é constituída a *Controljornal* com o objetivo de ser a empresa *holding* de todo o grupo.

A *Impresa* é, desde então, um dos maiores grupos do país no domínio dos meios de comunicação social. Esta grande *holding* de *media* privado, tem participação nos mais variados suportes; com interesses que abrangem várias propriedades na internet e o mercado de distribuição de publicações. Detém, também, participação em várias

¹¹ <http://www.impresa.pt/marcas/sic/2014-08-28-SIC-CARAS>

¹² <http://www.impresa.pt/marcas/sic/2014-08-28-SIC-CARAS>

revistas e jornais. Para além disto, a *Impresa* lançou o primeiro canal de televisão generalista privado: a Sociedade Independente de Comunicação (SIC).

Em 1999, o grupo *Impresa* detinha 51% do capital da SIC e 37,5% de interesse económico, abrindo, neste ano, o capital a novos investidores. Um ano mais tarde, o Grupo passa a ser admitido na Bolsa de Valores de Lisboa. Em 2005, o capital social da SIC passou a ser detido na totalidade pela *Impresa*.

O grupo tem a sua atividade dividida em três áreas de negócio – SIC, *Impresa Digital* e *Impresa Publishing*. Quando em 2006, o grupo apostou no domínio das novas tecnologias com a criação da *Impresa Digital*, tinha como objetivo principal afirmar-se em múltiplas plataformas potenciando o uso da internet. O grupo é, também, um dos maiores editores no panorama nacional, com dezenas de publicações, nomeadamente jornais e revistas.

O setor da comunicação social é caracterizado por constantes mutações e os tempos são, mais do que nunca, de mudança com o panorama comunicacional a alterar-se, fruto da evolução das plataformas e do imenso mundo da internet. O papel, a rádio e a televisão tornam-se, por si só, insuficientes; precisam de ferramentas, estratégias e conteúdos para se concretizarem e expandirem a nível digital.

O grupo *Impresa*, particularmente a SIC, têm sido – segundo a observação que realizei – pioneiros na passagem para o digital mas, acima disso, na forma como têm conseguido tirar partido das novas plataformas. Com a disputa constante pelas audiências e tendo em conta o contexto atual de crise económico-financeira nacional, a comunicação esforça-se para se reinventar. Neste momento, “os grupos de média ensaiam novos modelos de negócio, criando sinergias dentro dos próprios grupos, reduzindo despesas com pessoal, procurando adaptar-se ao novo contexto marcado pela inovação e criatividade e fazer frente à quebra no investimento publicitário” (Serrano, 2012: 27).

Capítulo II – Dos antecedentes da Teoria do Agendamento até à atualidade

O mundo parece diferente a pessoas diferentes, dependendo do mapa que lhes é desenhado pelos redatores, editores e diretores do jornal que lêem.

(Bernard Cohen, 1963)

Este capítulo é a componente mais concetual do relatório e debruça-se sobre a Teoria do Agendamento ou, se quisermos, *Agenda-Setting*. Para se perceber de forma mais exata esta teoria, o capítulo vai ser iniciado com as hipóteses, estudos e teorias que lhe antecederam. Partindo do ponto de vista de vários autores, foram traçadas as principais características do *Agenda-Setting* e as suas limitações. Sendo a Teoria do Agendamento um tema sempre atual, por estar intimamente ligada a fenómenos sociológicos, o capítulo termina com a evolução da mesma e com a enunciação de vários valores que conferem noticiabilidade a um determinado assunto.

4. Antecedentes da Teoria dos Efeitos Limitados

4.1 Teoria Hipodérmica: o apogeu da sociedade de massa

Foi durante e após o período que atravessa a Primeira Guerra Mundial, que se iniciaram as primeiras investigações sobre os efeitos dos *mass media* na população. O objeto de estudo inicial centrava-se nos efeitos da propaganda política que acompanhou esse período. O impacto psicológico da Guerra, o totalitarismo, o surgimento dos novos meios de comunicação e o seu crescente consumo foram os motivos que levaram os investigadores a estudar o fenómeno da “emergência dos *mass media*” (Traquina, 2000: 15).

É a partir daqui que vemos nascer a Teoria Hipodérmica, o primeiro paradigma sobre os efeitos dos *media*. Uma “teoria da propaganda e sobre a propaganda”, cuja sua

principal componente reside na “presença explícita de uma teoria da sociedade de massa”, operando, de modo complementar, sobre “uma teoria psicológica da ação” (Wolf, 2006: 23).

A sociedade de massa “é tudo o que não se avalia a si próprio – nem no bem nem no mal – mediante razões especiais, mas que se sente ‘como toda a gente’ e, todavia, não se aflige por isso, antes se sente à vontade ao reconhecer-se idêntico aos outros” (Ortega y Gasset, 1930 *apud* Wolf, 2006: 24). Um fenómeno que emerge como “consequência da industrialização progressiva, da revolução dos transportes e do comércio, da difusão dos valores abstratos de igualdade e de liberdade” (Wolf, 2006: 24). A isto, alia-se a debilidade dos laços tradicionais, das mais variadas ordens, que levou ao afastamento e alienação da sociedade de massas.

Esta organização social é preponderante para a perceção deste paradigma, “porque põe em destaque e reforça o elemento fundamental da Teoria Hipodérmica, ou seja, o facto de os indivíduos estarem isolados, serem anónimos, estarem separados e atomizados” (*Ibidem*). De acordo com este modelo, “cada individuo é um átomo isolado que reage isoladamente às ordens e às sugestões dos meios de comunicação de massas monopolizados” (Mills, 1963 *apud* Wolf, 2006: 26). Foi no seguimento desta linha de pensamento, por se achar que os indivíduos que constituem a massa são automaticamente atingidos pelas mensagens, que a Teoria Hipodérmica passou também a ser conhecida como *Magic Bullet Theory*¹³.

Associada a esta teoria da comunicação de massa, está a teoria da ação. Um estudo a cargo da psicologia behaviorista, que se dedica, por sua vez, a intervenções sobre o comportamento humano. “Não há dúvida de que esta teoria da ação, de cariz behaviorista, se integrava bem nas teorizações sobre a sociedade de massa, fornecendo-lhes o suporte em que se apoiavam as convicções acerca da instantaneidade e da inevitabilidade dos efeitos” (Wolf, 2006: 27). O interesse do estudo estava em perceber os efeitos estímulo – resposta da mensagem, que reproduz uma forma de comportamento. “A estreita relação entre os dois torna impossível a definição de um a não ser em termos do outro. Em conjunto, constituem uma unidade. Pressupõem-se

¹³ Conceito atribuído em 1971, por Schramm, que em português se traduz para Teoria da Bala Mágica.

mutuamente. Estímulos que não produzem respostas não são estímulos. E uma resposta tem necessidade de ter sido estimulada. Uma resposta não estimulada é um efeito sem causa” (Lund, 1933 *apud* Wolf, 2006: 27).

Esta ideia lançada por Lund, leva Bauer a assumir, em 1964, que os efeitos da mensagem, estudados à luz da Teoria da Bala Mágica, são assumidos como certos, sem que se recorra a um estudo prévio (Wolf, 2006). Isto levou os teóricos a interrogarem-se sobre a viabilidade da teoria, que mais tarde fora ultrapassada com a aceção de novos pensamentos que incorporaram a *communication research*.

4.2. Superação da Teoria Hipodérmica e os seus subsequentes

O modelo estímulo – resposta, em que os efeitos da mensagem se previam antes da sua emissão, vê-se contrariado com a teoria apresentada por Harold Lasswell nos anos 30. A máxima “quem diz o quê a quem, por que canal e com que efeito”, veio determinar que uma mensagem pode surtir efeitos diferentes, dependendo do canal emissor ou do recetor.

A Teoria da Bala Mágica é ultrapassada, em 1940, com os novos métodos de recolha: a abordagem empírico-experimental e a abordagem empírica de campo. Foi à luz de análises de campanhas eleitorais a par com estes métodos de recolha, que os investigadores concluíram que a campanha eleitoral em estudo teve pouca influência na mudança de orientação do voto. Lazarsfeld, Berelson e Gaudet (1944) assumiram que os media não alteravam opiniões, mas sim, reforçavam as já existentes (Traquina, 2000: 16).

A abordagem empírico-experimental funciona no âmbito dos estudos psicológicos experimentais e debruça-se sobre a correlação entre o emissor, a mensagem e o recetor. Esta teoria desmembra-se da abordagem global utilizada até então e passa a abranger cada um dos elementos do universo dos meios de comunicação. De acordo com a também conhecida como Teoria da Persuasão, admite-se que os destinatários possam ser persuadidos pela mensagem. Porém, para que a persuasão aconteça, a forma e a organização da mensagem deve estar de acordo com os fatores pessoais ativados pelo recetor, na hora da receção dessa mesma mensagem. “As mensagens dos meios de

comunicação contêm características particulares do estímulo que interagem de maneira diferente com os traços específicos da personalidade dos elementos que constituem o público. Desde o momento em que existem diferenças individuais nas características da personalidade dos elementos do público, é natural que se presuma a existência, nos efeitos, de variações correspondentes a essas diferenças individuais” (De Fleur, 1970 *apud* Wolf, 2006: 34).

A abordagem empírica de campo foi trabalhada a par com a abordagem empírico-experimental, mas sobre uma dimensão sociológica. O objetivo é estudar a diferente composição dos públicos, o consumo que estes fazem dos meios de comunicação e, por sua vez, o contexto social. “O ‘coração’ da teoria sobre os *mass media* ligada à pesquisa sociológica de campo consiste, de facto, em associar os processos de comunicação de massa às características do contexto social em que esses processos se realizam” (Wolf, 2006: 47).

Também conhecida como a abordagem “dos efeitos limitados”, trabalha numa perspectiva diferente à da Teoria Hipodérmica. Esta pretende avaliar qualitativamente a diversidade de efeitos produzidos pelos *media* no público. Esta aproximação marcou decididamente a *communication research*: “as aquisições mais significativas desta teoria transformaram-se em ‘clássicas’ e perpetuam a sua presença em todas as resenhas críticas da literatura sobre a matéria” (*Ibidem*). Também porque veio introduzir valências no método de análise, entre as quais, o cruzamento da análise de conteúdo sobre as características dos ouvintes e a sua satisfação. Além disso, aplicou-se uma classificação estratificada do ouvinte de acordo com as variáveis idade, género, profissão, classe social, nível de escolaridade, experiências e preferências. Após esta análise, assistimos à passagem de uma teoria sobre a manipulação e propaganda para a teoria sobre a persuasão - abordagem empírico-experimental - até chegar à teoria sobre a influência - abordagem empírica de campo.

Os resultados obtidos pelos estudos realizados por Lazarsfeld et al. concluíram que “se a mensagem mediática entra em conflito com as normas do grupo, a mensagem será rejeitada” e, além disso, “as pessoas consomem a mensagens mediáticas de forma seletiva” (Traquina, 2000: 16). Tais conclusões, publicadas na obra *The People Choice*.

How the Voter Makes up his Mind in a Presidential Campaign,¹⁴ serviram como rampa de lançamento para pesquisas posteriores que culminaram num novo paradigma comunicacional.

Lazarsfeld e Katz, em 1955, colocam em evidência o modelo de comunicação a dois níveis, o originalmente chamado *two-step flow*, que veio introduzir o conceito de “líderes de opinião”, determinando-os como mediadores entre os meios de comunicação e o público. “O fluxo de comunicação a dois níveis (*two-step-flow of communication*) é determinado precisamente pela dimensão que os líderes de opinião exercem entre os meios de comunicação e os outros indivíduos do grupo” (Wolf, 2006: 53). Esta teoria veio determinar que a formação da opinião pública depende do conjunto de pessoas por quem os indivíduos estão rodeados. Aqui, os *mass media* fazem parte do processo de influência a nível pessoal. Com isto, vemos deslocado o conceito de sociedade de massa e a teoria que o constituía. A Teoria dos Efeitos Limitados veio superar a Teoria Hipodérmica, passando esta a ser o paradigma dominante dos anos 60.

5. Dos efeitos limitados aos efeitos cumulativos

5.1. A hipótese do agendamento: uma construção cognitiva do mundo

Walter Lippmann foi porventura o precursor da Teoria do Agendamento ou, se preferirmos, do *Agenda-Setting*. Foi durante o período áureo da Teoria Hipodérmica, nos anos 20, que Lippmann mencionou no primeiro capítulo da sua obra “*Public Opinion*”, a possibilidade de existir uma relação causal entre a agenda mediática e a agenda pública. O capítulo intitulado de “*The World Outside and the Pictures in our Heads*” sintetizava alguns princípios do *Agenda-Setting*, sem recorrer aos termos, mais tarde atribuídos por McCombs e Shaw. O argumento de Lippmann conduzia-nos à ideia de que “os novos *media*, as janelas para o vasto mundo além das experiências diretas que temos, determinam os nossos mapas cognitivos desse mundo” (McCombs, 2004: 3). É nesta lógica que surge a ideia, argumentada por Lippmann, segundo a qual os *media* constroem um pseudo-ambiente, que nos auxilia na formação das imagens que criamos sobre o mundo.

¹⁴ Obra da autoria de Lazarsfeld, Berelson e Gaudet, publicada em 1944.

Esta concepção foi levada avante, quarenta anos mais tarde, em 1963, por Bernard Cohen. O argumento de Cohen ditava que os media podiam não conseguir dizer ao público como pensar, mas tinham a capacidade de indicar sobre o que pensar (Traquina, 2000: 17). Esta definição intrigou os investigadores, que se mostravam algo insatisfeitos com a Teoria dos Efeitos Limitados, o que impulsionou novos estudos.

Em 1970, McCombs e Shaw sugerem o conceito de *Agenda-Setting*, com a publicação do artigo “*The Agenda Setting Function of Mass Media*”, integrado na obra “*Public Opinion Quarterly*”, publicada em 1972. Isto aconteceu, após a realização de investigações, com base na campanha eleitoral para a Presidência dos Estados Unidos de 1968, cujos resultados empíricos vinham confirmar a premissa de Bernard Cohen: “A capacidade dos *media* em influenciar a projeção dos acontecimentos na opinião pública confirma o seu importante papel na figuração da nossa realidade social, isto é, de um pseudo-ambiente, fabricado e montado quase completamente a partir dos *mass media*” (McCombs e Shaw, 1977: 7).

Os estudos desenvolvidos por McCombs e Shaw pretendiam analisar o papel dos *media* na mudança e formação de opiniões. Algo que vinha contrariar as pesquisas feitas até à data, que se encaminhavam na análise de mudança de atitudes e opiniões – estudo dos efeitos dos *media*. Foram vários os investigadores que, com o objetivo de testar a teoria lançada por McCombs e Shaw, realizaram estudos experimentais. Num destes estudos, elaborados ao abrigo do método experimental, colocaram diversos grupos de pessoas a ver telejornais, em que alguns desses noticiários eram modificados, com o objetivo de introduzir notícias sobre a questão da defesa nacional (Traquina, 2000: 32). Os resultados extraídos desta investigação levaram Iyengar, Peters e Kinder a corroborarem a Teoria do Agendamento.

Com a sustentação desta hipótese, vemos crescer um novo paradigma. Assistimos à passagem dos efeitos limitados para os efeitos cumulativos. Dá-se “a substituição do modelo transitivo da comunicação por um modelo centrado no processo de significação”, onde os *media* surgem enquanto construtores da realidade (Wolf, 2006: 143). Além disso, verificou-se que “as comunicações não intervêm diretamente no

comportamento explícito; tendem, isso sim, a influenciar o modo como o destinatário organiza a sua imagem do ambiente (Roberts, 1972 *apud* Wolf, 2006: 140).

De acordo com Noelle Neuman (1983) os factos que distanciam o paradigma dos efeitos do agendamento são:

- a. O abandono dos estudos sobre pessoas singulares para se passar à cobertura global de todo o universo dos *mass media*, de acordo com determinados temas;
- b. O facto de se ter deixado de extrair dados só de entrevistas, passando-se à aplicação de metodologias integradas e mais complexas;
- c. A mudança do item de avaliação: deixam de se focar na observação e avaliação de mudanças de atitude e de opinião, passando-se à reconstrução do processo pelo qual o individuo altera a sua visão do mundo real (Neuman, 1983 *apud* Wolf, 2006: 140).

Com estas mudanças, abriram-se novas metas ao conhecimento. E, desta forma, chegara-se a um novo paradigma que, de acordo com Shaw (1979), o seu pressuposto fundamental “é que a compreensão que as pessoas têm de grande parte da realidade social lhes é fornecida, por empréstimo, pelos *mass media*”. Este tipo de reflexão afirma a existência de um tipo de conhecimento de “primeira mão”, que é adquirido por experiência direta, e o adquirido pelos *mass media*, que auxilia o público na formação de imagens mentais sobre o mundo lá fora.

De acordo com McCombs e Shaw quanto maior o ênfase dos *media* sobre um tema e quanto mais continuada fosse a abordagem desse tema, maior seria a importância que o público lhe atribuía na sua agenda. Todavia, mais tarde, McCombs assumiu que quanto maior fosse o domínio da comunicação interpessoal, menos influência teriam os *media* no tratamento desse tema sob a agenda pública. Ainda assim, admitiu-se a existência de uma dependência cognitiva do público sobre os *media*, isto é, que os efeitos do *Agenda-Setting* detêm impacto direto sobre os destinatários. De salientar, que quando falamos num impacto direto, não estamos com isto a afirmar que este seja imediato, as influências são a longo prazo. Trata-se de um impacto orientado em dois níveis. No primeiro está presente a “ordem dos dia” dos conteúdos dos *mass media*. No

segundo nível consta a ordem de relevância e prioridade que esses elementos mantêm na “ordem do dia”.

Ainda a propósito da noção de *agenda-setting*, José Rodrigues dos Santos crê que a comunicação social funciona como uma extensão do homem, que se reflete a dois níveis: “A comunicação social transformou-se numa espécie de extensão cognitiva do homem, um pouco na linha do que havia sido preconizado por McLuhan. O seu efeito de agendamento parece refletir-se, a um primeiro nível, na definição do que constitui ou não um tema de atualidade. A um segundo nível, o *agenda-setting* vai ainda mais longe, ao estabelecer a própria hierarquia e prioridade dos temas” (SANTOS, 1992: 99).

Saperas destaca, por sua vez, a matriz cognitiva do *agenda-setting*, preconizando que a modelação do conhecimento público pela ação dos meios de comunicação social ocorre quando os temas agendados são aceites como unidades de conhecimento público, por parte das pessoas. Acrescenta que, de facto, os media têm influência direta na agenda pública, porém essa influência inscreve-se ao nível das cognições e não das atitudes, destacando a importância da comunicação interpessoal na manutenção dos temas que envolvem a agenda pública (Saperas, 1993: 72).

Em meados dos anos 90, chega-se ao denominado segundo nível da Teoria do *Agenda-Setting*. A um primeiro nível estudava-se a relação de um objeto na agenda mediática e o seu impacto na agenda pública. Neste segundo nível, McCombs, com a colaboração de vários teóricos, vai mais longe e parte para os estudos sobre a transferência, entre agendas, de atributos associados a um objeto. Vemos, então, emergirem dois novos conceitos associados à Teoria do Agendamento: enquadramento e *time-frame*. De acordo com Jorge Pedro Sousa (1999), “o processo de *agenda-setting* pode definir-se pela produção de efeitos cognitivos de natureza cumulativa ao longo de um período (ou enquadramento) de tempo (o referido *time frame*) durante o qual os *news media* propõem à audiência que atente em determinados temas”. Ainda neste sentido, Eyal et al., em 1981, apresentam cinco parâmetros temporais, que pretendem individualizar o quadro temporal de captação, para comprovar a viabilidade do *time frame* no agendamento:

1. O *frame* temporal, isto é, todo o período de levantamento dos dados das duas agendas (dos *mass media* e do público), a extensão global do tempo em que se efetua a verificação do efeito;
2. O intervalo temporal, isto é, todo o período que decorre entre o levantamento da variável independente (a cobertura informativa dos *mass media*) e o levantamento da variável dependente (a agenda do público);
3. A duração do levantamento da agenda dos *mass media*, isto é, o período global da cobertura informativa durante o qual se recolhe a agenda, por intermédio da análise de conteúdo. No caso de campanhas eleitorais, corresponde à duração de toda a campanha;
4. A duração do levantamento da agenda do público, isto é, o período durante o qual é analisado o conhecimento que o público possui acerca dos assuntos mais significativos;
5. A duração do efeito ótimo, isto é, o período em que se estabelece a máxima associação entre o empolamento dos temas, por parte dos *mass media*, e o seu realce nos conhecimentos do público (Eyal et al, 1981 *apud* Wolf, 2006: 170).

Estes estudos sobre o *time frame* enfatizaram-se, essencialmente, durante os anos 90, uma vez que McCombs considerava que este seria um dos fatores mais relevantes e influentes sobre a forma “como pensamos”. Vemos nesta nova corrente, uma extensão da premissa inicial, onde em causa passam a estar os atributos dos temas, acontecimentos ou pessoas: “os *media* não só nos dizem em que pensar, mas também como pensar nisso, e conseqüentemente o que pensar” (McCombs e Shaw *apud* Marques, 2005: 35).

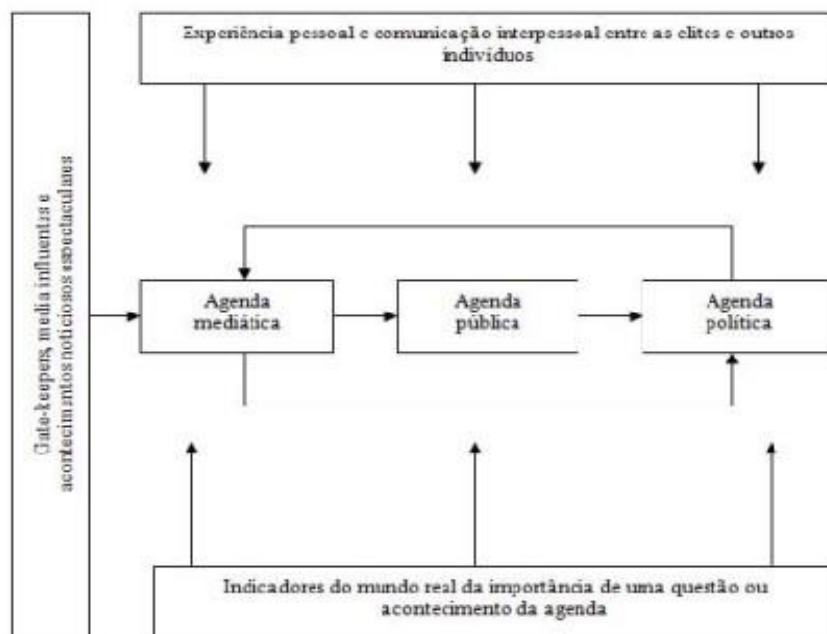
5.2. Agenda tripartida: mediática, pública e política

A Teoria do *Agenda-Setting* não abarca apenas a agenda mediática. A esta juntam-se outras duas: a agenda do público e a agenda política. Nelson Traquina (2000), fazendo eco do pensamento de Rogers, Dearing e Bregman, explica que estas três agendas, que funcionam como complementos dos estudos do agendamento mediático,

se dedicam aos estudos do conteúdo dos *media* (agenda mediática), aos estudos que conceptualizam a relevância dos acontecimentos e dos temas sobre os quais se debruçam o público (agenda do público) e, por último, aos estudos dedicados à agenda das entidades governamentais (agenda política).

Até então tínhamos vindo a falar apenas na relação entre a agenda mediática e a agenda pública, porém Rogers et al, no início dos anos 90, alegaram que “todos os estudos de *agenda-setting* partilham uma preocupação óbvia com a importância relativa das questões públicas, e uma preocupação menos óbvia com o funcionamento geral da opinião pública numa democracia” (Rogers, Dearing e Bregman, 1993 *apud* Traquina, 2000: 19). Os teóricos expuseram esquematicamente (ver figura 1) a relação entre as três agendas de que aqui falamos.

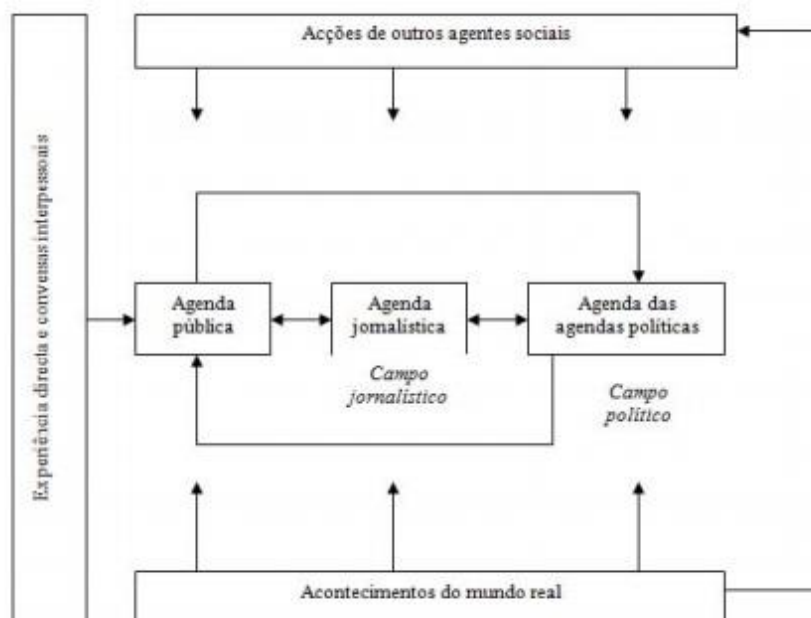
Figura 1 – Processo de agendamento tripartido por Rogers, Dearing e Bregman, 1993



Sete anos volvidos, Traquina (2000) apresenta uma espécie de atualização do processo de agendamento tripartido, com base no esquema inicialmente apresentado pelos autores referidos. Como podemos verificar na figura 2, Traquina apresenta de que forma é que as diferentes agendas se influenciam mutuamente. Coloca em evidência a

experiência de “primeira mão” adquirida pelo público e as relações interpessoais, enquanto componentes influentes da agenda do público. Apresenta os acontecimentos do mundo real como componentes integrantes das três agendas, a par com a intervenção de atores sociais. Paralelamente a estes aspetos, assistimos à introdução de dois conceitos: campo político e campo jornalístico. Estes servem para diferenciar opções partidárias, no caso do campo político e opções tomadas de acordo com os diferentes meios, no caso do campo jornalístico.

Figura 2 – Processo de agendamento tripartido atualizado por Nelson Traquina, 2000



Esta nova conceção tem por base alguns aspetos teorizados por Molotch e Lester (1974-93 *apud* Traquina, 2000: 19-20). Estes autores distinguem três tipos de promotores associados ao trabalho jornalístico: *news promoters*, *news assemblers* e os *news consumers*. Os *news promoters*, ou os promotores da notícia, são os indivíduos que propõem a agenda; os *news assemblers* são os difusores dos acontecimentos; e os *news consumers* são os consumidores dos produtos difundidos. Perante estas acções é lógico determinar que os *news promoters* dizem respeito aos fazedores da agenda política, os *news assemblers* correspondem aos indivíduos que constroem a agenda jornalística ou mediática e, por último, os *news consumers* são os públicos.

O que dissemos faz-nos regressar à questão dos acontecimentos enquanto produto noticioso. De acordo com Molotch e Lester as notícias servem para contar acontecimentos que carecem de contacto direto por parte do público: “toda a gente precisa de notícias. Na vida quotidiana, as notícias contam-nos aquilo a que nós não assistimos diretamente e dão como observáveis e significativos *happenings* que seriam remotos de outra forma” (Molotch e Lester, 1974-93 *apud* Traquina, 2000: 20). Esta conceção foi também reconhecida por McCombs: “Esta noção básica de agenda-setting é um truísmo. Se os *media* não nos dizem nada acerca de um tópico ou de um acontecimento, então, na maioria dos casos, ele existirá apenas na nossa agenda pessoal ou no nosso espaço vivencial” (McCombs, 1976 *apud* Traquina, 2000: 21).

É nesta lógica que Molotch e Lester distinguem diferentes “necessidades de acontecimento” existentes por parte dos agentes sociais. Apelidados de *routine events*, pseudo-acontecimentos ou criação de factos políticos, adquirem uma destas terminologias os acontecimentos que se noticiam devido à “existência de interesses na promoção de certas ocorrências” ou, pelo contrário, acontecem para evitar que determinados assuntos se tornem notícia. Esta última funciona em ordem a “abafar” determinados assuntos. Ainda à luz do esquema apontado por Traquina, vemos destacada a importância da agenda política na produção noticiosa. Porém, compreende-se também que a agenda pública possa influenciar tanto a agenda política como a agenda mediática.

5.3. Limitações

Mauro Wolf (2006) expõe a hipótese do agendamento traçando alguns pontos, que nos levam a perceber quais os fragmentos delineadores desta teoria. Vejamos:

- Existência de uma complexidade dos métodos de recolha: “No estado atual, a hipótese do *agenda-setting* é, portanto, mais um núcleo de temas e de conhecimentos parciais, suscetível de ser, posteriormente, organizado e integrado numa teoria geral sobre a mediação simbólica e sobre os efeitos de realidade exercidos pelos *mass media*, do que um modelo de pesquisa definido e estável”;

- Presença da distorção da realidade construída e os critérios de relevância jornalísticos: “A hipótese coloca, portanto, o problema de uma continuidade a nível cognitivo, entre as distorções que se geram nas fases produtivas da informação e os critérios de relevância, de organização dos conhecimentos, que os consumidores dessa informação observem e que se apropriam”;
- A receptividade informacional de conteúdos mediáticos em confronto com as experiências adquiridas: “Nas sociedades industriais de capitalismo desenvolvido, e virtude da diferenciação e da complexidade sociais e, também, em virtude do papel central dos *mass media*, foi aumentando a existências de fatias e de “pacotes” de realidade que os indivíduos não vivem diretamente nem definem interactivamente a nível da vida quotidiana, mas que “vivem”, exclusivamente, em função de ou através da mediação simbólica dos meios de comunicação de massa” (Grossi, 1983 *apud* Wolf, 2006: 146).

Também Saperas (1993) apresenta seis pontos que atentam nas fragilidades que se colocam à Teoria do *Agenda-Setting*:

1. Ambiguidade sobre a origem da agenda temática dos órgãos de comunicação social;
2. Natureza da influência dos meios de comunicação;
3. Imprecisão terminológica (na definição de tema, assunto ou item) e metodológica (não existe uma uniformização no campo dos estudos sobre o *agenda-setting*);
4. Desconhecimento da audiência;
5. Indefinição das agendas mediática, pública, intrapessoal e interpessoal e dificuldade de delimitação de ambas;
6. Indefinição do *time frame* e do quadro temporal ótimo para análise de indeterminação do número de temas a avaliar.

McCombs, em 1976, foi o próprio a defender que o *agenda-setting* não funciona em todos os casos, como se pensava em primeira instância. Pelo que, a melhor compreensão do agendamento e os estudos nesta área procuraram responder às questões: o efeito do agendamento exerce-se da mesma forma sobre todas as pessoas? E sobre todos os assuntos? (Traquina, 2000: 33).

A instabilidade na conceção prática desta teoria deveu-se, inicialmente, ao facto do estudo estar sobretudo limitado à análise do efeito do agendamento mediático sobre o agendamento público, procurando a correlação entre ambos. Uma correlação que mais tarde se veio a comprovar que nem sempre surtia o processo de causa-efeito. Com a evolução das investigações, novos conceitos apareceram e, também, eles foram colocados em causa pela sua fragilidade e pela incerteza sobre a evidência dos processos.

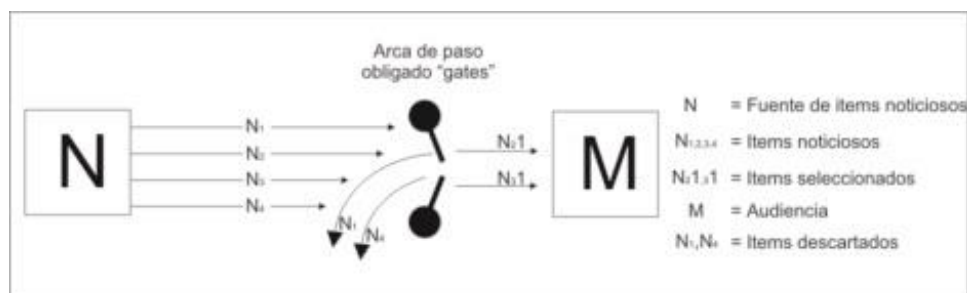
6. É notícia! - Como e porquê

6.1 O *gatekeeper* mediático

Pensar na raiz do conceito de *gatekeeper* é viajar até à segunda metade dos anos 40 ou, de forma mais precisa, a 1947. Kurt Lewin foi o seu criador e chegou até ele após o desenvolvimento de um estudo sobre as decisões tomadas pelos espectadores em relação à compra de produtos de bens alimentares. Lewin detetou que a informação passa por determinados canais, que contêm “gate areas” (áreas de barreira) onde são tomadas decisões provenientes do *gatekeeper* que, por sua vez, seleciona a informação que passa ou não pelo canal (McQuail e Windahl, 1982: 144). “O conjunto das forças antes e depois da zona de filtro é decididamente diferente de tal forma que a passagem, ou o bloqueio, da unidade através de todo o canal, depende, em grande medida, do que acontece na zona de filtro. Isso sucede não só com os canais de alimentação, mas também com a sequência de uma informação, dada através dos canais comunicativos, num grupo” (Lewin, 1947 *apud* Wolf, 2006: 180).

Na década de 50, é White quem, a partir do estudo primeiramente desenvolvido, aplica a ideia num estudo sobre o editor do serviço informativo das agências noticiosas de um jornal americano. Com esta investigação, White observou que a decisão de rejeição informativa vinha a ser a tarefa mais determinante dos *gatekeepers*. White desenvolveu a sua teoria esquematicamente e que se pode observar na figura 3.

Figura 3 – Modelo de *gatekeeping* de White, 1950



Este modelo foi mais tarde objeto de crítica. De acordo com McQuail e Windal, as críticas ao modelo de White passam pela simplicidade óbvia, pelo facto de não considerar os fatores organizacionais como intervenientes no processo, a existência única de uma única barreira principal – *gate areas* -, ação passiva no que diz respeito ao fluxo noticioso, ou seja, cada meio de comunicação parece limitar-se a responder às suas necessidade, representando uma espécie de “fluxo livre”. No entanto, o modelo de White representou a base de pesquisa sobre os estudos sociológicos dos emissores informativos. “O mérito destes primeiros estudos [de White] foi o de individualizarem onde, em que ponto do aparelho, a ação de filtro é exercida explicita e institucionalmente” (Mauro Wolf, 2006: 181). Um estudo que se veio a dividir em duas fases:

1. Análise do carater individual da atividade do *gatekeeper*;
2. Ênfase dada à seleção como procedimento hierárquico, ordenado e ligado a uma complexa rede de *feed-back*.

Veio a dar-se maior saliência à forma como se dá a filtragem informativa, um dos tantos procedimentos respeitantes à ação do *gatekeeper*: “na transmissão da mensagem através dos canais, pode estar envolvido muito mais do que uma simples recusa ou aceitação [...]. O *gatekeeping* nos *mass media* inclui todas as formas de controlo da informação, que podem estabelecer-se nas decisões acerca da codificação das mensagens, da seleção, da formação da mensagem, da difusão, da programação, da exclusão de toda a mensagem ou das suas componentes” (Donohue, Tichenor e Olien *apud* Wolf, 2006: 182)

“As decisões do *gatekeeper* são tomadas, menos a partir de uma avaliação individual da noticiabilidade do que em relação a um conjunto de valores que incluem critérios, quer profissionais, quer organizacionais, tais como a eficiência, a produção de notícias, a rapidez” (Robinson, 1981 *apud* Wolf, 2006: 181). Isto é, a ação do *gatekeeper* vai além da filtragem informativa. Antes disso, há uma preocupação com o cumprimento de uma série de regras que podem variar de acordo com o grupo editorial em questão. Uma questão alertada por Shoemaker (1991), direcionando a atenção dos estudos do *gatekeeper* para fatores sociais e institucionais, onde se abrangem as fontes, mercados publicitários, grupos de interesse e governo (Shoemaker, 1991 *apud* McQuail e Windal, 1993: 145).

6.2 O *newsmaking* ao abrigo dos critérios de noticiabilidade e dos valores-notícia

Os acontecimentos passam por determinados critérios de seleção – *gatekeeping* – até serem ou não entendidos como notícia. O processo de *newsmaking* contém uma série de condicionantes que vão além dos valores-notícia: “Os acontecimentos em si mesmos, independentemente de quão bem se adaptam aos valores-notícia no jornalismo, não são sempre suficientes para colocar um assunto na agenda ou para manter por aí” (McCombs et al, 1991: 46).

Segundo Gaye Tuchman (Tuchman, 1977 *apud* Wolf, 2006: 189), os órgãos de informação devem usufruir de três competências que lhes permitam a produção noticiosa:

1. Saber reconhecer um facto desconhecido enquanto acontecimento notável;
2. Saber relatar os factos sem tomar partido de nenhuma das partes envolvidas;
3. Saber organizar o trabalho para que seja possível a planificação dos acontecimentos.

Estes três fatores são determinantes para o processo de *newsmaking*. Este, por sua vez, divide-se em torno da cultura profissional dos jornalistas e da organização do trabalho e dos processos de produção (Wolf, 2006: 188). É devido à complexidade destes dois processos que se estabelecem assim uma série de critérios que estabelecem a

noticiabilidade de um acontecimento: “A noticiabilidade é constituída pelo conjunto de requisitos que se exigem dos acontecimentos – do ponto de vista do trabalho nos órgãos de informação e do ponto de vista do profissionalismo dos jornalistas – para adquirirem a existência pública de notícias” (*Ibidem*). A noticiabilidade está intimamente ligada às práticas de produção jornalística.

Nesta ordem de ideias, Altheide escreve que são consideradas notícias o que “os jornalistas definem como tal. Este assunto raramente é explicitado, visto que parte do *modus operandi* dos jornalistas é que as coisas “acontecem lá fora” e eles limitam-se simplesmente a retratá-las. Afirmar que fazem ou selecionam arbitrariamente as notícias seria contrário à sua posição epistemológica, uma teoria do conhecimento implícita, construída a partir de procedimentos práticos para resolver exigência organizativas” (Altheide, 1976 *apud* Wolf, 2006: 190).

Definida a noticiabilidade, enquanto parte integrante das rotinas produtivas dos meios de informação sobre a seleção dos acontecimentos noticiáveis, passamos áquilo que se entende por valores-notícia. Componentes dos critérios de noticiabilidade, os valores-notícia pretendem filtrar os acontecimentos que podem ser tidos como interessantes, significativos e relevantes para se poderem transformar em notícia. “O rigor dos valores-notícia não é, pois, o de uma classificação abstrata, teoricamente coerente e organizada; é, antes, a lógica de uma tipificação que tem por objetivo atingir fins práticos de uma forma programada e que se destina, acima de tudo, a tornar possível a repetitividade de certos procedimentos” (*Ibidem*). Os valores-notícia são, deste modo, selecionados de forma automática e rápida.

De acordo com Wolf, os valores-notícia provêm de pressupostos implícitos ou de considerações relativamente ao conteúdo, ao produto, ao médium, ao público e à concorrência. O conteúdo refere-se ao momento em que o acontecimento se transforma em notícia, o produto conduz-nos aos processos de produção e realização do produto noticioso, o médium diz respeito ao meio com que se está a trabalhar, o público induz-nos para a imagem que os jornalistas têm destes, por fim, a concorrência refere-se à relação entre os meios de comunicação e o mercado.

Agregados a cada um destes critérios existem uma série de referências que nos indicam o que se deve ter em conta na hora de selecionar as notícias. Vejamos:

Conteúdo

- Importância dos protagonistas do acontecimento
- Impacto na nação e no interesse nacional
- Quantidade de pessoas envolvidas (exemplo: calamidade natural)

Produto

- Acessibilidade
- Possibilidade de tratamento segundo formas jornalísticas
- Facilidade de cobertura (se é ou não dispendioso)
- Brevidade e simplicidade
- *Bad news is good news*
- Novidade
- Qualidade da história: ação, ritmo, clareza, dramaticidade
- Equilíbrio com outras notícias

Medium

- Disponibilidade de “boas” imagens
- Para a televisão são frequentemente preferíveis acontecimentos pontuais
- Estrutura narrativa adequada ao médium

Público

- Novidade
- Sexo, violência, dramas
- “Proteção” dos detalhes traumáticos
- *Non-burdening stories*

Concorrência

- Ter *scoop*: vantagem sobre os concorrentes
- A concorrência não é só competitividade, mas também a criação de regras partilhadas

- Respeito pelos *standards* profissionais

Perante esta perspectiva, rapidamente se percebe que o papel do jornalista *gatekeeper* não passa apenas por selecionar ou não uma informação. Vai mais longe, envolvendo uma larga intervenção na produção noticiosa que passa pela seleção, codificação, difusão ou programação da mensagem (Marques, 2005: 52). De acordo com Bourdieu, os *gatekeepers* “têm óculos especiais a partir dos quais vêem certas coisas e não outras; e vêem de certa maneira as coisas que vêem. Eles operam uma seleção e uma construção do que é selecionado” (Bourdieu, 1997: 25). Como forma de compor o trabalho jornalístico e com o objetivo das suas escolhas serem relevantes e propícias, existem os critérios de noticiabilidade e os valores-notícia que encaminham os profissionais da comunicação na ética profissional.

Capítulo III – O meu percurso na SIC

Perante todas as transformações tecnológicas com que somos confrontados, devemos colocar a nós próprios a seguinte questão: o jornalismo é a solução de que problemas actuais? Se nós encontrarmos a resposta, então o jornalismo não desaparecerá nunca.

(Ramonet, 1998)

Este capítulo incide sobre a minha experiência enquanto estagiária na empresa SIC. Para além de retratar a minha passagem pela Agenda, Produção de Fins de Semana, Editoria de Desporto e Madrugadas Noticiosas, tentarei perceber e analisar as dificuldades que encontrei em cada um destes departamentos da redação.

De acordo com Marguerite Duras,¹⁵ o jornalismo tem que ser apaixonado, ideia que eu secundo. A intensidade inerente à profissão fá-la ser diferente a cada dia: nunca se sabe o que vai ser notícia porque esta não tem hora nem dia certo para acontecer.

Quando, na reta final do mestrado, fui confrontada com a necessidade de escolher entre a elaboração de uma Dissertação, um Projeto ou um Relatório de Estágio, optei pelo último. Para mim fazia todo o sentido tentar aplicar a teoria que aprendi ao longo da minha vida académica porque acredito que quem tem boas bases teóricas está melhor preparado para a prática.

Surgiram, inevitavelmente, as questões existenciais: será que estou preparada para o mundo do trabalho? Terá o Ensino Superior ensinado aquilo que preciso de colocar na prática? A verdade é que ao longo do meu percurso académico senti que, por vezes, faltava a componente prática para aliar às lições que ia estudando. Algo ultrapassado durante o mestrado que correspondeu às minhas expectativas e contornou esta lacuna sentida na minha formação. Citando o jornalista e professor brasileiro, Pedro

¹⁵“Os jornalistas são os trabalhadores manuais, os operários da palavra. O jornalismo só pode ser literatura quando é apaixonado” in <http://www.citador.pt/frases/os-jornalistas-sao-os-trabalhadores-manuais-os-o-marguerite-duras-14708>

Maciel, “o jornalista, na maioria das escolas, ainda continua [a receber] uma formação profissional como se fosse trabalhar apenas em jornal impresso e quando vai para a televisão, de um modo geral, mostra muita dificuldade para falar a linguagem do telespectador com a visão do telespectador” (Maciel, 1995: 12). Apesar desta crítica se remeter para as universidades brasileiras, pode ser constatada por vezes na realidade portuguesa.

A decisão do local de acolhimento para a realização do estágio surgiu de forma rápida: por ser televisão a minha área de interesse e pela SIC ser a estação com a qual mais me identificava. Após enviar o *Curriculum* fui às instalações de Carnaxide para ser entrevistada pelo Martim Cabral – um dos subdiretores do canal. Poucos dias depois recebi um telefonema dos recursos humanos a informar de que tinha conseguido o estágio e começava na semana a seguir. A sensação inicial foi indescritível.

No segundo dia de dezembro de 2013 começava uma nova etapa da minha vida que se prolongaria pelos próximos seis meses. Durante as primeiras semanas na redação houve um pensamento avassalador que me invadiu: como é que eu ia conseguir conciliar um mês de aulas extremamente trabalhoso por ser o último do semestre, com um horário laboral de oito horas? O tempo gasto diariamente em transportes públicos e as poucas horas de sono complicaram a equação. No final de contas só havia uma saída: tinha que me esforçar como nunca antes.

Este relatório surge como fruto de muito trabalho e tenta ilustrar como se consegue conciliar a vida académica, profissional e pessoal. Quando entrei para a SIC sabia à partida que o meu estágio ia ser superior às 400 horas exigidas para concluir o mestrado. A política da empresa estabelece que os estagiários se comprometem a estagiar durante seis meses. Se, por um lado, não tive o mesmo tempo que os meus colegas para me dedicar a este relatório final, por outro ganhei conhecimentos que um período mais curto de tempo não me permitiria.

Neste capítulo final apresentarei o meu percurso pela SIC que começou - como já referi - em dezembro de 2013 e terminou em junho de 2014. Nas páginas que se seguem vou escrever sobre as experiências que vivenciei, assim como as equipas que integrei.

7 Agenda: o berço do processo noticioso

O primeiro dia de estágio foi um misto de sensações. Éramos duas estagiárias novas: eu e a Catarina. Ela foi integrada na equipa do “Opinião Pública” e eu fiquei na Agenda. Este departamento da redação era constituído pela Marisa, pela Conceição, pela Ana Luísa e pela Isabel. Para além delas, estavam lá duas colegas que começaram o estágio algumas semanas antes de mim e me ensinaram as funções básicas do que se fazia naquele departamento.

A SIC tem um endereço eletrónico e um número de telefone através dos quais qualquer telespetador pode contactar o canal e informar sobre algum acontecimento de última hora, algum evento que irá acontecer e/ou alguma queixa sobre possíveis erros em notícias transmitidas. A função dos elementos da Agenda é rececionar todas estas informações e fazer triagem. É, ali, que chegam, também, os comunicados oficiais do Governo, assim como comunicados dos Sindicatos. Depois de feita a seleção, é preciso recolher a informação necessária para agendar os eventos, sendo que todos estes dados eram inseridos no programa *ENPS*¹⁶. Depois das coordenadoras ficarem com a função de triar tudo o que chega até nós, o estagiário fica encarregue de criar fichas no *ENPS* com as informações essenciais de cada evento. A Agenda é, portanto, o ponto de convergência de todos os métodos de contacto que a SIC coloca à disposição do público.

Os diversos *e-mails*, comunicados e *press-releases* eram agendados por categorias diferentes: Efemérides, Política, AR¹⁷, Economia, Sociedade, Desporto, Cultura e Porto. Porém, este processo não era tão linear e simples como a princípio se possa pensar. A título de exemplo, um “serviço” que acontecesse na área do Porto e norte do país era agendado na secção “Porto” independentemente do acontecimento ser de carácter desportivo, cultural ou qualquer outro. Porém, se neste mesmo evento estivesse presente, por exemplo, o Primeiro-Ministro, então passava a ser agendado no separador de “Política”. Apesar de parecer um pouco confuso, a partir de certa altura basta perceber a dinâmica e o estagiário já agenda os “serviços” sem ter que questionar as coordenadoras com dúvidas.

¹⁶ *Electronic News Production System*

¹⁷ Atribui-se a sigla AR para designar acontecimentos que tenham lugar na Assembleia da República.

Nem sempre era “o” evento que merecia cobertura noticiosa mas sim “quem” lá estava presente. Muitas vezes a triagem e a seleção dos *e-mails* era feita com base nas figuras mediáticas que marcavam presença em determinado evento. Esta situação ilustra de forma muito clara a relação ou co-relação - se preferirmos - da agenda mediática e da agenda política, sobre as quais escrevi no capítulo anterior. Ao fazer-se a triagem da informação que chegava até ali, tem-se noção dos valores-notícia mais importantes para a empresa e para a construção das notícias. Se, por um lado, a agenda mediática assume o índice de conteúdos que ocuparão os *media* durante determinado período de tempo, por outro, tal é influenciada pela agenda pública que estabelece o grau de importância que o público atribui a determinados aspetos noticiosos. Lembremos que Dearing e Rogers estabeleceram dois tipos de estudos relacionados com a agenda pública: estudos de hierarquização centrados nos temas mais importantes para a audiência e estudos longitudinais onde as investigações medem o aparecimento ou desaparecimento de um tema – ou vários – ao longo de um período de tempo (Dearing e Rogers, 1996). Por sua vez, a agenda política (ou governamental) mede o tipo de ações que os governos e diferentes instituições sociais com autoridade e capacidade decisória adotam, fazendo com que determinados assuntos entrem em debate (*ibidem*).

A agenda é o momento embrionário daquilo que será a grelha informativa dos próximos dias. A selecção feita pode dar ênfase a uma história ou remetê-la para o silêncio. Nem sempre entendi e concordei com toda a triagem, mas pode-se fazer uso dos critérios de noticiabilidade como justificação para as escolhas feitas. Por exemplo, se o político X vai estar presente no evento Y, então esse acontecimento tem um valor-notícia acrescentado devido à notoriedade dos presentes. Apesar do jornalismo se reger pela máxima isenção possível, não há como escapar ao axioma incontornável de que a construção noticiosa “não é um sistema livre de influências externas aos actores informativos. A política, a economia e a religião são exemplos de factores que podem influenciar o processo de produção noticiosa”¹⁸.

Os estagiários tinham como rotina diária a leitura dos jornais diários com o objetivo de encontrar informação passível de ser agendada. Por fim, era também nossa função agendar as agendas semanais e mensais que a agência Lusa nos enviava. Como eu estagiei na transição do ano 2013 para 2014, tive que agendar os principais

¹⁸ João Canavilhas in <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-televisao-espectaculo.html>

acontecimentos do ano corrente. Foi neste ambiente relativamente descontraído mas, com ritmo acelerado, que dei os primeiros passos na SIC e que comecei a perceber a dinâmica da redação. Quanto aos horários convém dizer que eram rotativos, embora os estagiários tivessem total liberdade para decidir entre eles que horário fazer. Devido a esta autonomia consegui conciliar sempre o trabalho com as aulas.

Estive na Agenda durante dois meses e, se nas primeiras semanas, recebi formação de outras estagiárias e das minhas chefes, no final desta etapa coube-me a mim explicar as tarefas e ajudar a nova estagiária que chegou à SIC uns dias depois do início de 2014. Ao longo do meu estágio houve algumas mudanças na equipa deste departamento; por motivos pessoais, uma das funcionárias teve que se ausentar durante um longo período de tempo. Entretanto, dois novos profissionais passaram a integrar a equipa: a Eduarda e o Lima.

De tudo o que aprendi na SIC, muito foi conquistado na Agenda. Para além das lições e conselhos que ficarão para a vida, foi ali que ganhei várias capacidades que precisava para ter um bom desempenho ao longo do resto do estágio. Para além de passar a estar familiarizada com o *ENPS*, adquiri alguma rapidez e desembaraço que um bom jornalista deve ter. Comecei a distinguir de forma mais fluida a diferença entre o que era, de facto, relevante e o que era acessório a nível jornalístico. Para além de tudo isto, sempre fui incentivada a contactar com jornalistas e acompanhá-los em reportagem – desde que fora do horário laboral. Aquando da morte do Eusébio, surgiram muitas reportagens e muito trabalho. Um deles era uma ida à Cova da Moura para filmar um *grafitti* em homenagem à antiga glória benfiquista. Estabeleci contacto com o jornalista Luís Manso e no sábado seguinte à morte do jogador, acompanhei – pela primeira vez – uma reportagem da SIC.

À partida, as funções desempenhadas podem aparentar rotina e, uma certa descontextualização da prática jornalística, mas quem por ali passa percebe que isso não corresponde, necessariamente, à verdade. Apesar de naquele departamento não “se fazer jornalismo”, tenho a convicção de que é a base de quase todo o trabalho dos jornalistas e basta um pequeno desleixo para induzir uma série de profissionais em erro. Por exemplo, no caso de ocorrer um engano na marcação do dia ou da hora do evento isso pode levar a que uma equipa de jornalistas vá um local num dia em que nada ocorre. O

background que recebi na Agenda deu-me uma capacidade de trabalho sem a qual tenho certeza que teria encontrado mais dificuldades ao longo destes seis meses.

8 Produção dos Jornais de Sábado

Depois de dois meses a estagiar na Agenda é chegada a altura de integrar novas equipas e desempenhar novas funções na redação. Optei por trabalhar com a Maria João Ruela na produção dos jornais de sábado da SIC generalista. Importa referir que sempre tive total oportunidade para integrar as editorias que desejasse e as minhas escolhas foram feitas com base nos meus gostos e objectivos pessoais.

A grelha informativa dos fins-de-semana da SIC generalista é constituída por um maior número de notícias relacionadas com temáticas “*mais leves*” do que durante a semana. Por ser durante o período de fim-de-semana dá-se visibilidade àquilo a que vulgarmente se denomina de *fait-divers*¹⁹. São notícias que contêm uma informação total, ou seja, não necessitam de um contexto e não se categorizam, necessariamente, dentro de nenhuma editoria. De forma simplificada, os *fait-divers* englobam, geralmente, acontecimentos que fogem à norma e/ou têm alguma particularidade.

O conceito chegou ao jornalismo no século XIX mas, a sociedade de massas e a constante busca pelas audiências, tornam-no cada vez mais presente nos blocos informativos das estações televisivas. São muitas as vozes discordantes sobre este tipo de conteúdos mas não me cabe a mim, neste relatório, fazer uma análise crítica sobre os *fait-divers* ou sobre a linha editorial da estação em certos dias da semana. Por outro lado, cabe-me demonstrar que, efectivamente, durante os sábados e domingos há um maior recurso a estas notícias e isso pode ser facilmente constatado, por exemplo, através das peças que realizei durante o período de tempo que estive a trabalhar para os jornais de sábado.

Por este tipo de notícias romper com a noção de quotidiano parece-me lógico que se faça uso delas nos dias em que a maioria dos telespectadores está ausente da rotina laboral. Desta forma há – na minha opinião – uma certa concordância entre

¹⁹ Termos francês que significa “fatos diversos” introduzido por Roland Barthes no livro “Essais Critiques”.

emissor e recetor, na medida em que há uma certa predisposição do telespectador para receber determinado conteúdo em detrimento de outro.

A SIC enquanto televisão privada procura boas audiências que desencadeiam um conseqüente aumento das receitas. Para vencer é preciso, por isso, adoptar uma grelha com conteúdos informativos distintivos que sejam abordados através de ângulos diferentes. A conotação depreciativa atribuída aos *fait-divers* deixa, assim, de fazer sentido – pelo menos de forma tão simplícista. Nos dias de hoje, este tipo de conteúdos deixou de ser usado, exclusivamente, pelos *media* populares e sensacionalistas para ser usada em órgãos de comunicação tidos como “de referência”.

O sucesso destes conteúdos é perceptível através das boas audiências dos jornais.²⁰ Durante a minha passagem pela produção dos jornais de sábado tive sempre noção de um bom *feedback* por parte do público. Os bons resultados devem-se, também, pelo facto dos *fait-divers* serem notícias de fácil compreensão para telespectadores de todos os estratos sociais, o que permite atingir um grande segmento da audiência.

A minha primeira “saída” foi a acompanhar a jornalista Raquel Marinho e o repórter de imagem Odácir Júnior numa reportagem sobre o projecto “Fruta Feia”. Dedicamos um dia para a recolha de imagens e entrevistas: a manhã foi reservada para uma ida ao Oeste com o objetivo de entrevistar agricultores que colaboravam para a iniciativa com os produtos excedentes; a tarde foi passada no Intendente para ver a ideia ser colocada em prática e entrevistar as mentoras da iniciativa e alguns clientes.

A jornalista explicou-me que as peças de fim de semana, por serem, geralmente, mais longas são editadas por profissionais dedicados a essa tarefa de forma exclusiva. Mas antes de se editar era preciso que a jornalista revesse as imagens e entrevistas captadas no terreno e as transcrevesse para depois seleccionar as partes que integrariam a peça. Como é óbvio, este processo leva alguns dias e só é possível numa editoria onde há uma maior flexibilidade de tempo. As notícias que preenchem as grelhas dos jornais diários não obedecem a este método de trabalho devido ao ritmo acelerado das rotinas produtivas da redação.

²⁰ Durante as reuniões que a equipa tinha às quartas-feiras, também se fazia referência às audiências e na maioria das vezes tinham bons resultados.

Depois de tudo visto e transcrito é hora de escrever a peça. Para aprender e ganhar ritmo de trabalho foi-me proposto que eu fizesse sozinha todo este processo. A parte mais difícil, admito, foi ouvir tudo de novo e tirar os *time-codes*²¹ das frases que queria inserir na minha peça. Mas a verdade é que depois dá uma grande ajuda, incluindo na parte da edição porque já sabemos à partida que imagens queremos usar. No que à montagem das imagens diz respeito, fomos durante uma tarde para uma “ilha de edição” trabalhar com uma editora. Foi ali, durante várias horas, que decidimos como iria ficar o trabalho final.

A equipa de Sábado reúne-se todas as quartas-feiras para fazer ponto de situação de tudo o que está a ser feito e daquilo que se vai fazer. Nas reuniões em que estive presente tive a oportunidade de propor temas para serem trabalhados e recebi sugestões de possíveis reportagens. Como não estive durante muito tempo na equipa realizei apenas três peças da minha autoria, nas quais estabeleci contacto com os entrevistados, decidi com os repórteres de imagem que momentos captar, escrevi as peças e montei-as com os editores.

Os jornalistas da equipa, em conjunto com outros de várias editorias da redação que trabalham ao fim de semana de forma rotativa, asseguram a realização da cobertura dos acontecimentos que decorrem aos sábados. Aqui é necessário assegurar a cobertura de toda a actualidade diária e a rotina de trabalho é muito mais acelerada.

Durante o mês e meio (aproximadamente e com pausas devido às madrugadas) que estive a trabalhar para o jornal de sábado fiz três peças da minha autoria:

“Barbie Inês de Castro”

Para assinalar os cinquenta e cinco anos da existência da Barbie, um grupo de colecionadores – em conjunto com a Fundação Inês de Castro – lançaram o desafio a três criadores portugueses para vestir a boneca inspirando-se na figura histórica. Augustus, António Tenente e Katty Xiomara foram os convidados.

²¹ Início e final dos momentos das entrevistas e imagens que quero usar na peça para facilitar o momento de edição.

A jornalista Raquel Marinho estava encarregue de realizar a peça mas por motivos relacionados com uma viagem de trabalho não conseguiu dar-lhe continuidade e a tarefa foi designada a mim. Como ela já tinha entrevistado um colecionador e o António Tenente, eu tive que entrevistar o Augustus. Posteriormente, terminei a peça escrita, selecionei os “vivos”²² e editei-a com o editor de imagem.

Dar continuidade ao trabalho que outra pessoa comporta algumas dificuldades mas, neste caso, o resultado final ficou – na minha opinião - bastante interessante e a peça foi para o ar no Primeiro Jornal de dia 8 de Março.

“Maria Bicicleta”

Maria Bicicleta é um “trabalho documental baseado no testemunho de 20 mulheres que utilizam a bicicleta no seu dia-a-dia e desenvolvido ao longo de 20 semanas”, como se pode ler na página do projeto *online*.

Laura Alves e Vitorino Coragem são os mentores da ideia. A sugestão de realizar uma peça sobre este projecto foi-me dada pela coordenadora dos jornais de sábado, Maria João Ruela. Contactei com a Laura e combinei um dia com ela e com o Vitorino, junto ao Cais do Sodré. Depois de feitas as entrevistas, o repórter de imagem captou algumas imagens deles a andar de bicicleta e de todo o ambiente envolvente junto ao rio.

Quando cheguei à redação e visualizei o material percebi que para enriquecer a minha peça precisava do testemunho e de imagens de uma participante. Contactei de novo a Laura e entrevistei a Micaela – uma nova protagonista do projeto. Depois de seleccionadas as imagens, escrita a peça e editada, integrou a grelha do Primeiro Jornal.

“Primeiro Português a ir à maior gruta do mundo”

Alguém da redação teve conhecimento da experiência de um espeleólogo e aventureiro português em Soon Dong – a maior gruta do mundo, no Vietname. A coordenadora passou-me a história e pediu-me que decidisse se valia a pena avançar

²² Momentos da entrevista que vão integrar a peça.

para peça. Depois de investigar a experiência depressa percebi que merecia ser noticiado. Contactei com o protagonista que se mostrou surpreendido com a abordagem porque não tinha divulgado o feito mas mostrou-se desde logo completamente disponível. Combinamos uma entrevista na zona da Arrábida por ser uma boa zona para a espeleologia e fizemos a entrevista numa gruta junto ao mar. Nos dias seguintes enviou-me vários vídeos e fotos da experiência que eu precisava para preencher a peça. Foi a minha última peça para o jornal de sábado, mas foi também a que mais gostei de realizar devido, em grande medida, à cooperação e máxima disponibilidade do entrevistado – coisa que nem sempre acontece.

Para além destas peças para as quais tinha alguns dias para as elaborar, trabalhei também durante os sábados e saí em reportagem sempre que necessário. Na maioria das vezes ia captar imagens e entrevistar alguém para depois, na redação, um jornalista tratar do resto dos procedimentos para a peça. Entre as várias saídas que tive, sobre os mais diversos temas e acontecimentos, destacam-se duas que foram feitas, ambas, durante madrugadas de sábados.

Uma delas foi uma saída em que iria registar a chegada de jovens sírios a Portugal, no aeroporto de Figo Maduro. Para além de entrevistar alguns deles, captei também a entrevista dada por Jorge Sampaio – impulsionador da iniciativa – aos jornalistas presentes. A outra saída aconteceu umas semanas depois e implicava que eu acompanhasse a PSP numa Operação Stop numa zona de Lisboa. Como era véspera do Dia da Mulher, os agentes ofereciam um vaso com uma planta e uma mensagem a todas as condutoras que não tivessem álcool no sangue.

Conclui, assim, que grande parte dos conteúdos obedece a um certo padrão que comporta uma elevada componente de entretenimento. A intemporalidade destas peças é outra característica que merece atenção. Os jornalistas tentam não fazer referências temporais para que a peça possa ser usada novamente, se assim for preciso.

9 Editoria de Desporto: a magia da emoção

Por ser uma área de grande interesse pessoal decidi terminar o estágio na editoria de Desporto. Esta equipa - que tem como editora Elisabete Marques - produz notícias para a SIC generalista e para os três jornais de desporto da SIC Notícias.

A rotina produtiva desta editoria é bastante diferente da que, até então, eu tinha adotado a trabalhar para os jornais de sábado. Aqui, a maioria da informação precisava de ser transmitida no próprio dia. A primeira semana foi de adaptação e, como tal, tinha que ler todos os jornais desportivos portugueses, os principais *websites* desportivos e ter especial atenção aos conteúdos que chegavam à redacção através das agências de comunicação. Era preciso criar *background* para que estivesse familiarizada com os temas, os nomes e as instituições desportivas. Tal como me disse uma vez a coordenadora dos jornais de desporto: “para fazer notícias sobre desporto é preciso muito mais do que ver jogos e entender táticas”. Ela estava certa.

Convém, neste ponto, perceber o que é o jornalismo desportivo e para isso é inevitável fazer, primeiramente, referência ao conceito de jornalismo especializado. Os jornalistas das diversas editorias (Desporto, Cultura, Economia, Internacional, Política e Sociedade) centram-se numa só matéria. Segundo Tavares:

(...) O jornalismo especializado é pensado, principalmente, a partir de duas perspectivas: uma normativa e outra mais conceptual. A primeira, direccionada para a produção deste tipo de jornalismo, apresenta-se em textos que se voltam para as técnicas que circunscreveriam essa prática e processo jornalísticos. Já a segunda, está mais direccionada para a formulação de um lugar teórico para tal manifestação no campo do jornalismo (Tavares, 2009: 116).

O jornalismo especializado resulta quando o profissional consegue desconstruir a linguagem técnica e apresenta-la ao público de forma simples e de fácil compreensão. Este processo por vezes é complicado e em muitos dos casos, os próprios jornalistas não estão preparados para o fazer. E, encontramos, aqui, o primeiro grande problema associado a este conceito. Geralmente, estes jornalistas têm, também, um contacto privilegiado com as fontes o que lhes permite um acesso especial a determinadas informações; porém, esta proximidade pode causar desvios éticos e deontológicos. Durante a minha passagem pelo editoria de desporto da SIC, presenciei que há – de

facto – uma certa “familiaridade” entre alguns jornalistas e fontes o que resolvia muitas dúvidas com um simples telefonema ou até uma mensagem de texto. Mas, verdade seja dita, que nunca vi constrangimento algum com esta política. Cabe ao jornalista desviar-se – o menos possível – da objetividade porque a própria profissão, independentemente de especializada ou não é “difícil e em última análise perigosa, em que os jornalistas enfrentam decisões complicadas sob intensas pressões” (Traquina,2002: 18).

De forma genérica, a grande maioria das notícias que eram produzidas na editoria de desporto da SIC relacionavam-se com o futebol. Tal como reitera Fernando Cascais:

O desporto, nomeadamente, o «rei», deixou de ser limitado por quatro linhas. Os clubes tornaram-se empresas, o jogo espectáculo, os adeptos grupos organizados; o público virtualiza-se, trocando estádios por televisores; a publicidade também dita regras ao jogo; a lógica empresarial despromoveu o amor às camisolas; as fronteiras já não asseguram jogadores; o amadorismo de dirigentes, juizes, árbitros e outros agentes passa à história; a televisão, digitalizando-se, não mostra apenas o jogo, desconstrói os lances, com todas as suas consequências técnicas e sociais.²³

O futebol ocupa grande percentagem dos noticiários desportivos da SIC, remetendo para segundo plano todas as outras modalidades. Mais do que uma crítica, isto é uma constatação vivida na primeira pessoa. Mais grave, ainda, é que esta lacuna não seja exclusiva à estação mas antes a toda a comunicação social portuguesa. É dada pouca visibilidade ao desempenho de outros desportistas em detrimento de notícias relacionadas com o futebol. Isto acontece porque a editoria usa como critério as tendências dos efeitos na audiência. Concretizando, notícias sobre o mundo do futebol atraem mais telespectadores do que notícias sobre qualquer outro desporto. Se quisermos seguir esta lógica quantitativa, podemos afirmar que dentro da informação futebolística, quase só são transmitidas notícias sobre os jogos da Primeira Liga, recaindo a esmagadora maioria sobre os três clubes portugueses de maior dimensão: Sporting, Benfica e FC Porto.

²³ Prefácio de Fernando Cascais, Diretor do Cenjor, no livro “Introdução ao jornalismo desportivo”

Por tudo o que foi dito no parágrafo anterior, percebe-se que a minha experiência na editoria se prendeu, essencialmente, com o mundo futebolístico. Afirmo isto não só pela experiência na SIC mas por todos os jornais desportivos que li diariamente. Este fenómeno funciona como uma espécie de “bola de neve” onde os *media* se influenciam por aquilo que consideram ser a preferência do público, ao passo que moldam a opinião pública, reforçando a ideia de que o desporto em Portugal se cinge ao futebol. Tudo isto coloca as outras atividades desportivas e os seus atletas na obscuridade, ficando à sombra do futebol.

A minha experiência na editoria foi, durante algum tempo, pautada pela transmissão dos jogos do Benfica na Liga Europa. Sendo a SIC a televisão portuguesa com os direitos dos jogos do clube na competição, o acesso aos jogos no estádio da Luz foi-me facilitado. Sem dúvida que foi uma experiência inesquecível e das que mais gostei de viver durante o estágio, por me dar a conhecer a dimensão e a envolvimento da transmissão de jogos com elevada importância a nível europeu.

Das várias saídas em reportagem que fiz, grande parte foi a acompanhar jornalistas em jogos de futebol e conferências de imprensa. Tive, também, a oportunidade de o fazer apenas com um repórter de imagem. As saídas em reportagem, na editoria de desporto não foram tantas quanto eu desejava, mas o facto de a equipa ser relativamente grande e de muitos serviços implicarem a transmissão de directos, contribuiu para que assim fosse. Havia, porém, muito trabalho para se fazer na redacção. E, nesse âmbito fiz vários *OFF's* e *TH's*²⁴ com informações que chegavam através das agências de comunicação.

Uma grande lição que aprendi ao estagiar em jornalismo desportivo foi a de que é preciso ter conhecimentos profundos sobre desporto que vão além de uma simples paixão pelo futebol. Isso ajuda, mas não chega. O jornalista deve interessar-se por tudo aquilo que o rodeia e influencia. E, se é verdade que o futebol domina a maioria da grelha noticiosa desportiva, também é inegável que isso acontece devido ao papel simbólico e de socialização que representa. Tudo isto devido à envolvimento emocional que une os adeptos para além dos 90 minutos de jogo. Por todos estes motivos

²⁴ Do inglês “talking head”, é um “vivo”, ou seja, uma imagem do entrevistado a falar sobre determinado tema.

sociológicos associados ao desporto, um jornalista especializado na área deve ter capacidade para analisar tudo o que está à sua volta.

Não fiz peças na editoria, ocupando-me, em exclusivo, de *OFF's*, *TH's* e prestar apoio a outros jornalistas. O facto de até então, durante o estágio, nunca ter necessidade de editar dificultou-me a aprendizagem e demorei mais tempo a aprender; tempo esse que era escasso pois já estava no final do meu percurso na SIC. De qualquer das formas não encaro isso como algo negativo, porque desta forma tive oportunidade de executar outras tarefas e aprender conteúdos diferentes.

10 Madrugadas informativas da SIC Notícias

Ao longo do percurso, os estagiários têm que cumprir três semanas – não consecutivas – nas madrugadas informativas da SIC Notícias. Os jornais de síntese preenchem à hora certa as madrugadas da estação, fazendo um resumo das notícias que marcaram o dia. Para além deste conteúdo e devido ao horário, integravam-se notícias sobre o que se passava no mundo. Desta forma, os acontecimentos que marcavam a atualidade internacional ganhavam outro relevo.

A equipa das madrugadas era formada por um estagiário e um jornalista que acumula funções de pivô e coordenador. Para além desta dupla, estavam também a trabalhar elementos de realização, do som e um repórter de imagem – para o caso de ser necessário sair em reportagem. A dimensão reduzida da equipa é explicada pelo facto de durante o horário noturno a produção informativa em Portugal estar parada. Por este motivo, as fontes também não estão ativas, o que leva a SIC a recorrer à informação das agências de comunicação.

As semanas em que trabalhei de madrugada coincidiram com a passagem pelos fins de semana e pelo desporto. Esta mudança traz alguns dissabores relacionados sobretudo com o difícil horário laboral e com a quebra de ritmo de trabalho nas editorias em que estava inserida. Mas se a adaptação ao horário é um problema, o mesmo é compensado com a relação que se cria com quem se trabalha: criam-se laços a nível pessoal que seriam difíceis estabelecer no reboiço do horário diurno. Ali há tempo para conhecer, ensinar, aprender; há tempo para expor dúvidas e corrigir erros.

A minha experiência foi um pouco diferente da dos outros estagiários porque devido à ausência dos jornalistas habituais que asseguravam as madrugadas, tive que trabalhar na minha primeira semana com outros jornalistas. Na primeira noite foi o Paulo Nogueira que me ensinou o essencial do que era preciso fazer e na segunda noite aperfeiçoei a minha aprendizagem com o Nuno Graça Dias. Nos restantes dias e semanas seguintes trabalhei com os jornalistas habituais do horário: Sara Pinto, Inês Cândido e Ricardo Borges de Carvalho. Todos eles com ritmos e métodos de trabalho completamente diferentes; mas todos me ensinaram e ajudaram demonstrando um enorme sentido de companheirismo.

Nas “longas horas” que separavam a meia-noite das seis da manhã eu fazia *Off’s* e tirava *TH’s* que me eram, previamente, indicados pelos jornalistas. Desde logo, o estagiário aprende a ser autocrítico em relação à escolha das imagens que usa. Por vezes as agências de comunicação enviavam imagens que poderiam chocar o público devido à violência das mesmas – relacionadas, na maioria das vezes, com cenários de conflito. Cabia-me escolher quais usar para criar os *Off’s* que eram posteriormente vistos pelos jornalistas antes de ir para o ar. Vários dos trabalhos que realizei durante as madrugadas passaram nas edições da manhã da SIC notícias e isso é gratificante porque para além de estar bem feito, implica que um maior número de pessoas visse e ouvisse o meu trabalho.

O estagiário que está a trabalhar de madrugada tem que assegurar, também, a cobertura de algo inesperado que aconteça durante aquele período de tempo. Eu nunca saí em reportagem, nas minhas semanas de madrugada. De qualquer das formas e, concluindo, adorei o trabalho que fiz nas madrugadas e as pessoas que conheci. Ao longo do tempo, os jornalistas com quem trabalhei neste horário foram-me dando um *feedback* positivo do meu desempenho e isso de, certa forma, fez-me ganhar mais confiança e segurança.

CAPÍTULO IV – Agendamento noticioso do conflito na Ucrânia

(...) A Europa está rodeada por um imenso e crescente número de diferentes culturas, sociedades, religiões e civilizações. Viver num planeta que está cada vez mais interligado significa ter noção disso e adaptarmo-nos a uma situação global radicalmente nova.

(Ryszard Kapuściński, 2008: 33)

O presente capítulo debruça-se, exclusivamente, sobre o conflito entre a Ucrânia e a Rússia e está dividido em dois pontos. No primeiro é feita uma contextualização do conflito, fazendo referência aos principais acontecimentos que o marcaram. No segundo ponto é feita uma análise ao agendamento noticioso da SIC sobre o conflito russo-ucraniano, tentando descortinar quais os valores-notícia e critérios que conferiram noticiabilidade aos acontecimentos e colocaram o assunto na ordem do dia.

11. Conflito na Ucrânia: antecedentes que explicam a atualidade

Para se entender o atual conflito entre a Ucrânia e a Rússia é preciso recuar na história porque este não é um problema recente. Simplesmente houve uma série de fatores que agravaram uma situação que se arrasta há muitos anos. Dois grandes motivos influenciaram os acontecimentos: a vontade de supremacia russa de Vladimir Putin e a falta de identidade da Ucrânia que é um país muito dividido tanto do ponto de vista ético quanto cultural. Ambas as razões se prendem com os antigos laços entre as duas nações e pelo facto da história de ambas se fundir:

(...)os laços [da Ucrânia] com a Rússia são muito mais antigos do que as atuais fronteiras da Ucrânia. Daí que, mesmo depois do colapso da

URSS, a linha que separa o que é a Ucrânia, cultural e ideologicamente, do que é a Rússia, se tenha mantido bastante ténue.²⁵

No lado leste do país – perto da fronteira com a Rússia – a maioria da população fala russo, é influenciada culturalmente pela Rússia e, tende por conseguinte ser pró-Mosvoco. Na zona central e oeste a maioria da população é de origem ucraniana, fala o idioma e apoia a aproximação à União Europeia (ver anexo 3.1).

Basta olhar para o mapa dos resultados eleitorais de 2010, quando Ianukovich derrotou Timochenko, para se perceber quão dividido é o país, com uma metade ocidental de olhos para a União Europeia e uma parte oriental, cheia de russófonos. Foi neste contexto que há (...) meses a Ucrânia virou costas ao acordo previsto com os 28 e viu de imediato a Rússia oferecer-lhe gás a baixo preço.²⁶

As diferenças vão, por isso, muito além da língua, assumem divergências em termos ideológicos, políticos, identitários e culturais.

Um esboço genérico caracteriza o povo de leste como (...) maioritariamente ortodoxo, e votante nos candidatos pró-russos como Ianukovich. As próprias terras, no leste, são mais ricas em carvão e ferro e possuem alguns dos campos mais férteis do mundo. Por outro lado, os ucranianos ocidentais falam ucraniano, católicos e nas eleições tendem a votar em nomes pró-europeus.²⁷

A crise atual começou a desenhar-se em novembro de 2013, quando o então presidente ucraniano Viktor Ianukovich rejeitou um acordo de associação com a União Europeia em detrimento de acordos comerciais com a Rússia. De etnia russa, Ianukovich optou por estreitar relações com a potência euroasiática, o que desencadeou a atual crise. “Esta viragem a leste provocou uma gigantesca onda de protestos” entre os pró-Europa e os pró-Rússia.²⁸ A falta de popularidade de Ianukovich, considerado como “corrupto, autocrático” e um “fante de Moscovo”²⁹, levou a que o ex-presidente deixasse o país no dia 21 de Fevereiro quando os protestos se intensificaram e os

²⁵ <http://observador.pt/explicadores/o-beaba-da-crise-na-ucrania/06-por-que-e-que-a-ucrania-e-um-pais-tao-dividido/>

²⁶ http://www.dn.pt/inicio/opiniao/editorial.aspx?content_id=3693962&page=-1

²⁷ <http://observador.pt/explicadores/o-beaba-da-crise-na-ucrania/06-por-que-e-que-a-ucrania-e-um-pais-tao-dividido/>

²⁸ <http://observador.pt/explicadores/o-beaba-da-crise-na-ucrania/>

²⁹ <http://observador.pt/explicadores/o-beaba-da-crise-na-ucrania/02-o-acordo-comercial-com-a-russia-foi-o-principal-motivo-do-conflito/>

manifestantes pró-europeus assumiram o poder. O facto de ter reprimido com mão-de-ferro os protestantes também contribuiu para este desfecho.

Vladimir Putin não reconheceu a troca de governo na Ucrânia, encarando-a como um golpe militar. Em retaliação a esta reviravolta, a Rússia anexou, em Março, a península ucraniana da Crimeia através do uso de forças militares e de um referendo considerado ilegal e duvidoso pela comunidade internacional. Em resposta à anexação forçada, a União Europeia e os EUA impuseram sanções à Rússia. Apesar da forte pressão internacional, a potência não cedeu e, depois do sucedido, várias outras cidades daquela região – como Donetsk – mostraram interesse numa possível separação da Ucrânia.

Os confrontos entre as tropas ucranianas e os separatistas prolongam-se até ao momento em que este relatório está a ser escrito, o que acentua as divisões regionais do país que se teme, por vezes, estar perto de uma guerra civil. Este “braço-de-ferro pode prolongar-se. Mas os ucranianos, sejam mais pró-ocidente ou mais pró-russos, vão ter de entender-se sobre que sociedade querem construir em conjunto. É o futuro do seu país que está em causa.”³⁰ A verdade é que este cenário de guerra eminente realça as divergências políticas entre a Rússia e o Ocidente fazendo lembrar os tempos da Guerra Fria. Na opinião de José Manuel Pureza, esta guerra não terminou “mesmo que tenha sido declarada extinta em 1989 sobre os escombros do Muro de Berlim”. O autor afirma que:

A disputa da influência sobre o espaço pós-soviético foi, pois, desde 1989, a continuação da guerra (fria) por outros meios. Nessa disputa, a União Europeia assumiu-se e foi assumida como referência sedutora, promessa de prosperidade económica e de cumprimento de todas as fantasias consumistas, a que acrescia a chancela internacional de transições democráticas de baixíssima densidade e a garantia de segurança contra qualquer tentação revanchista da Rússia. O redesenho foi-se processando paulatinamente, primeiro a coberto da falência do Estado russo e depois sob o compromisso de manutenção do *statu quo* do anel de proximidade imediata da Rússia. A quebra desse compromisso teve um primeiro ensaio em 2008 na Geórgia e a isso a Rússia respondeu

³⁰ http://www.dn.pt/inicio/opiniao/editorial.aspx?content_id=3693962&page=-1

com cinco dias de metralha e o apoio estratégico à secessão da Abecásia, da Ossétia do Sul e da Transnístria.³¹

A Ucrânia é o atual palco da discórdia. Os ucranianos parecem querer o melhor de dois mundos: por um lado, anseiam os privilégios da circulação livre inerente à entrada na União Europeia, mas por outro desdenham o cumprimento de vários critérios democráticos. A história fez da Ucrânia um “país de peões de um jogo jogado sempre por outros”.³² A nação ucraniana é motivo de cobiça devido não só à sua enorme dimensão, mas também à sua posição geográfica estratégica e ainda porque tem uma população na ordem dos quarenta milhões. A sua posição geoestratégica é bastante importante para a Europa Ocidental por se tratar de uma “zona tampão” face à Rússia, privilegiada no acesso ao Mar Negro e ao Mediterrâneo, assim como é uma zona de circulação de gás. Tudo isto acentua, ainda mais, o cenário de guerra e disputa territorial mas, principalmente, por benefícios económicos (ver anexo 3.2).

Agora disputa-se a Ucrânia. Ou seja, disputa-se um mercado de mais de 40 milhões de pessoas, disputa-se um importante produtor de alimentos e disputa-se um território até agora nevrálgico para a passagem do gás da Rússia para a Europa. É uma disputa entre credores. Por um lado, a Rússia quer aglutinar a Ucrânia no seu projeto de integração regional - a Eurásia - juntando-a à Bielorrússia, ao Cazaquistão e à própria Rússia. E como a um país falido não é preciso prometer mundos e fundos para o cativar, bastou a promessa de um crédito de 15 mil milhões de dólares e a baixa substancial do preço do gás natural para Kiev se inclinar para esse lado. Por outro lado, a União Europeia - leia-se, a Alemanha - quer atrair a Ucrânia como mercado e já anuncia a bem nossa conhecida "inevitabilidade de reformas estruturais".³³

Como se pode verificar, a tensão entre Ucrânia e Rússia não é algo pontual, nem sequer novidade; contudo, a série de acontecimentos que se desenrolaram nos últimos meses, pautados pela violência e por falhas democráticas, acentuam a situação que pode ser já considerada como “conflito”. Percebe-se, também, que os dois países não são os únicos intervenientes da ação; podem ser, se assim lhe quisermos chamar, os

³¹http://www.dn.pt/inicio/opiniaio/interior.aspx?content_id=3723484&seccao=Jos%E9%20Manuel%20Pu reza&tag=Opini%E3o%20-%20Em%20Foco

³²http://www.dn.pt/inicio/opiniaio/interior.aspx?content_id=3723484&seccao=Jos%E9%20Manuel%20Pu reza&tag=Opini%E3o%20-%20Em%20Foco

³³http://www.dn.pt/inicio/opiniaio/interior.aspx?content_id=3723484&seccao=Jos%E9%20Manuel%20Pu reza&tag=Opini%E3o%20-%20Em%20Foco

protagonistas mas a União Europeia e os EUA, assim como potências asiáticas, são também atores deste cenário.

Num momento em que a informação circula de forma volátil e em grande escala devido às ferramentas digitais, “é importante frisar que todas as novas possibilidades de informação implicam um acréscimo de responsabilidade social, para o qual a actividade mediadora, profissional e rigorosa do jornalista é uma componente indispensável” (Garcia, 2009: 41). Cabe, assim, aos profissionais do jornalismo serem o mais objetivos e imparciais possível quanto ao conflito, mas cabe ao espectador perceber os fatores condicionantes da construção noticiosa que lhes chegam diariamente. Para se chegar a esta sintonia, tal como afirma Cândida Pinto, “o jornalista quando está no local deve (...) dar dados ao público que lhe permitam interpretar aquilo que está a ver”.³⁴

12. Valores-notícia inerentes ao agendamento do conflito russo-ucraniano

Um acontecimento, por si só, não constitui notícia. Para o ser precisa de conter, na sua génese, algo que seja considerado como interessante, significativo e/ ou relevante. Segundo Traquina, o conceito de noticiabilidade pode ser definido como “o conjunto de critérios e operações que fornecem a aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, de possuir valor como notícia” (Traquina, 2002). A todo o momento há inúmeros “acontecimentos e pseudo-acontecimentos” a acontecer que resultam da vida da humanidade, “a selecção dos que são notícia e, destes, os que podem e/ou devem ser noticiados, constitui uma das áreas-chave do jornalismo” (Marques, 2005: 46).

Os valores-notícia são, como já tivemos oportunidade de sublinhar, um aspecto fundamental da cultura profissional. Segundo Golding e Elliott, são um importante elemento de interacção jornalística e constituem referências claras e disponíveis a conhecimentos práticos sobre a natureza e os objectos das notícias, referências essas que podem ser utilizadas para facilitar a complexa e rápida elaboração das notícias” (Traquina, 2004: 95-96).

O capítulo II do presente relatório incidiu sobre a Teoria do Agendamento, os seus antecedentes, as suas limitações e como funciona atualmente. Por se tratar de uma teoria intimamente ligada a fatores sociológicos está em constante evolução e muito haverá,

³⁴ Entrevista completa em Anexos (Anexo 2.2)

ainda, a acrescentar nos próximos anos. Recorri a vários autores que considero como fulcrais para sustentar as palavras que fui escrevendo; apesar de muitos estudiosos terem debatido sobre os valores que tornam um acontecimento notícia, seguiu-se a linha de pensamento de Mauro Wolf. Na sua perspectiva, os valores-notícia estão presentes ao longo de todo o processo de construção noticiosa: desde o momento da selecção até à elaboração da notícia. Wolf distingue em duas vertentes os valores-notícia: os de selecção e os de construção. No que diz respeito aos primeiros estão os critérios utilizados pelos jornalistas no momento de seleccionar os acontecimentos; por outro lado, os valores-notícia de construção são as “qualidades da sua construção como notícia e funcionam como linhas-guia para a apresentação do material, sugerindo o que deve ser realçado, o que deve ser omitido, o que deve ser prioritário nessa construção” (Traquina, 2002). É, portanto, com base nos valores-notícia e critérios adjacentes aos mesmos teorizados por Wolf que se vai suportar a análise do agendamento noticioso da SIC relativamente ao conflito actual entre a Ucrânia e a Rússia.

À luz dos valores-notícia relativos ao conteúdo, ao produto, ao médium, ao público e à concorrência vai-se analisar quais estiveram na base do processo noticioso da estação relativamente ao conflito russo-ucraniano. O *corpus* de análise incide sobre as notícias que passaram no Jornal da Noite da SIC desde dia 2 de dezembro de 2013 até dia 1 de junho de 2014 – período correspondente ao meu estágio.

Os acontecimentos que estão a ter lugar no leste da Ucrânia agregam vários fatores que lhes conferem importância a nível noticioso. Após uma reflexão sobre o tema e atendendo às notícias que constituíram os blocos noticiosos da SIC, percebe-se que há em todas elas considerações relativamente ao conteúdo, ao produto, ao médium, ao público e à concorrência. O conflito tem, por isso, vários valores que o assumiram e continuam a assumir como notícia – sendo diversas vezes a abertura de jornais da SIC. Importa, por isso, observar e analisar as notícias de forma mais particular e estrita para tentar perceber quais os pressupostos, aqui, implícitos que lhes conferem elevado grau de noticiabilidade.

Na opinião de Sofia Arede - primeira jornalista da SIC a deslocar-se a Kiev no momento das manifestações - este conflito difere bastante de outros em que já esteve a trabalhar porque “acontece na Europa”, “envolve uma grande potência – a Rússia”; e a própria “Ucrânia é (...) um dos maiores países da Europa. Portanto qualquer

instabilidade nessa zona afecta a Europa toda”.³⁵ Também Cândida Pinto, editora de Internacional e coordenadora da Grande Reportagem, considera que este conflito é “bastante complexo” porque mesmo “não sendo de grande escala” faz lembrar “de certa forma a ideia da Guerra Fria”.³⁶ Para a jornalista o conflito “coloca de um lado a Rússia e a personalidade de Putin de querer manter uma posição de poder em toda aquela zona, em confronto com a ideia do Ocidente e do alargamento até às fronteiras da Rússia.” Argumenta ainda que o que está ali a acontecer é “claramente uma disputa de território de influência” e “estratégica”, com a “Ucrânia a querer juntar-se ao Ocidente e à União Europeia e a Rússia querer evitar isso a todo o custo.”

Pode-se já descortinar uma série de características que conferem noticiabilidade a este acontecimento que ocupou uma boa parte dos blocos noticiosos dos últimos meses. O conflito, por si só, é já um critério noticioso a ter em conta, isto é, “a violência física ou simbólica, como disputa verbal entre líderes políticos. A presença de violência física fornece mais noticiabilidade e ilustra de novo como os critérios de noticiabilidade muitas vezes exemplificam a importância da quebra do normal. (...) Em democracia, a violência política é julgada «invulgar», um desvio da norma” (Traquina, 2002: 192). Este critério pode ser inserido nos valores-notícia referentes ao conteúdo quer pela quantidade de pessoas envolvidas (civis e militares), assim como por estarem em conflito direto dois grandes países. Para além disso, a premissa “*bad news is good news*” deve, aqui, ser tida em conta: o público tem tendência a interessar-se por notícias que contenham controvérsia, violência, mortes, situações dramáticas. Vejamos a seguinte notícia:

Pelo menos 9 pessoas morreram hoje na capital da Ucrânia na sequência de violentos confrontos entre os manifestantes e a polícia. As autoridades anunciaram entretanto que vão restringir as entradas e a circulação em Kiev.

Os primeiros confrontos aconteceram na manhã desta terça-feira, quando um grupo de manifestantes tentou aproximar-se do Parlamento que hoje deveria discutir uma alteração à Constituição, o que acabou por não acontecer.

³⁵ Entrevista completa disponível nos Anexos (Anexo 2.1)

³⁶ Entrevista completa disponível nos Anexos (Anexo 2.2)

Pelo caminho, as instalações do Partido das Regiões - a força política que apoia o presidente Viktor Ianukovich - foram invadidas pelos protestos. Um funcionário do partido terá morrido durante esta acção.

A violência que se seguiu acabaria por provocar mais vítimas. seis manifestantes e dois polícias morreram mas estes números são provisórios.

Ao início da tarde, as autoridades lançaram o ultimato que todos temiam desde o início dos protestos; desde o momento em que milhares de pessoas passaram a ocupar de forma pacífica Maidan, a Praça da Independência. Tomar de assalto a Praça, caso os opositores do presidente não desmobilizassem.

A polícia, que nas últimas semanas se manteve junto às barricadas do Parlamento, avançou para novas posições e cercou a Praça. Os manifestantes tinham até às seis da tarde para desmobilizar. Vitaly Klitschko, um dos líderes da oposição pediu que mulheres e crianças abandonassem a praça.

Ao cair da noite a polícia avançou sobre Maidan com canhões de água.

Os manifestantes responderam com cocktails molotov, pedras e dezenas de pneus foram incendiados para tentar impedir a entrada da polícia anti-motim. A noite promete ser longa.³⁷

Outro critério noticioso inerente ao conflito russo-ucraniano é a proximidade tanto a nível geográfico como territorial dos intervenientes. Para além de Portugal estar inserido na União Europeia, é um político português que preside a Comissão Europeia. Aliada à proximidade em termos geográficos há uma proximidade afetiva relativa a estes países devido à forte corrente de imigração dos últimos anos, que criou uma certa familiaridade entre os portugueses e os povos de leste – essencialmente vindos da Ucrânia. O fator proximidade enquadra-se nos valores- notícia relativos ao conteúdo e ao público. No que ao primeiro diz respeito, esta proximidade confere maior notoriedade aos protagonistas do acontecimento, assim como eleva o interesse da população devido – não só mas também – à tal proximidade afetiva que referi anteriormente. Acresce que o público tem interesse na novidade e a atenção desperta para situações dramáticas. O conceito de novidade é, aliás, fundamental para o

³⁷ Notícia do Jornal da Noite de dia 18 de fevereiro de 2014

jornalismo. Ao longo dos últimos meses, muitos acontecimentos noticiosos tiveram lugar na Ucrânia, conferindo sempre algo de novo à tensão ali vivida. De forma muito sucinta, basta fazer um mapa cronológico rápido para se perceber que houve uma série de acontecimentos pontuais que sempre conferiram novidade ao conflito: início das manifestações em Kiev; saída de Ianukovich do poder; anexação da Crimeia; queda de avião em território controlado por separatista, entre outros. Conclui-se, portanto, que os conceitos de proximidade e novidade estão inerentes ao agendamento noticioso do conflito que se vive no território ucraniano porque tal como afirma Sofia Arede a “Ucrânia não é um país propriamente distante e inóspito”, como se pode verificar no seguinte *OFF*:

Várias dezenas de ucranianos residentes em Portugal concentraram-se, hoje, em Lisboa. Juntos mostram a preocupação pelos mais recentes desenvolvimentos na Crimeia, com a concentração das tropas russas no território.

A comunidade ucraniana em Portugal tem vindo a reunir-se com frequência para mostrar apoio ao novo governo interino e, também para criticar o embaixador em Lisboa por este não reconhecer o novo poder.³⁸

Como referi no primeiro ponto deste capítulo, o conflito e a dualidade entre Ocidente e Oriente levam-nos, quase instintivamente, a pensar na Guerra Fria. “A União Europeia já está muito próxima da Rússia e, claramente, a Ucrânia está “entalada” entre ambos; daí que se tenha revertido, de certa forma, no (...) cenário de guerra; o campo de batalha deste confronto entre os dois blocos; algo que estaria enterrado mas que pelos vistos renasceu de alguma forma” afirma Cândida Pinto. A jornalista classifica-o, ainda, como um “conflito clássico” que “volta a colocar na ordem do dia a cortina-de-ferro”. Através destas afirmações, entende-se que as semelhanças à Guerra Fria constituem um fortíssimo valor noticioso tanto para os *media* como para o público. Assim, a associação – ainda que simbólica - à Guerra Fria encontra valor notícia a nível de conteúdo, de produto, médium e público. Características como a relevância, a dramatização e a consonância estão inseridas em muitas das notícias que fazem referência às semelhanças entre a tensão actual e a vivida durante a Guerra Fria. Segundo Nelson Traquina “quanto mais «sentido» a notícia dá ao acontecimento, mais hipóteses ela tem de ser

³⁸ *OFF* do Jornal da Noite de dia 2 de Março de 2014.

notada ”, competindo ao jornalista “tornar o acontecimento relevante para as pessoas, demonstrar como ele tem importância para elas”. Os acontecimentos que vão acontecendo ao longo dos meses estão inseridos numa “narrativa” já estabelecida – a do conflito (Traquina, 2002). Consideremos a seguinte notícia:

Os chefes da diplomacia dos Estados Unidos e da Rússia discutiram pelo telefone propostas de paz para a Ucrânia. As discussões coincidem com nova declaração do presidente deposto. Viktor Ianuokovitch garante que voltará a Kiev. No terreno, já nada parece impedir a anexação russa da Crimeia.

Moscovo é o único destino para quem quer entrar ou sair de avião, da Crimeia. No aeroporto de Simféropol, mandam já as forças pró-russas. Deixou de haver voos para território ucraniano. A cinco dias do referendo que pode decidir a anexação da península à Rússia, o parlamento crimeano aprovou, praticamente por unanimidade, uma declaração de independência. Adeptos da separação imediata da Ucrânia e convictos que expressam já a vontade da maioria da população de origem russa, os deputados garantem que o futuro Estado será democrático, laico e multinacional.

"We declare ourselves as the republic, and then being a republic enter as the constituent territory of Russia."

Em Moscovo, a declaração teve apoio imediato da Duma, a Câmara Baixa do parlamento russo. Em Kiev, e na véspera da viagem aos Estados Unidos, o primeiro-ministro designado acusou, de novo a Rússia, pela escalada de tensão e pela atual crise ucraniana.

"It is not a two-sided conflict, this is nothing but actions of the Russian Federation directed towards destroying the system of global security."

No sul da Rússia, o presidente deposto Viktor Ianukovich reapareceu entretanto para garantir que voltará em breve ao poder e acusar o novo governo de fomentar uma guerra civil.

"I declare that the May 25 presidential elections, announced by the authorities that took over the power as a result of unconstitutional coup, are absolutely illegitimate and unlawful."

No plano internacional, a Alemanha e França voltaram a ameaçar a Rússia com sanções económicas. Os chefes da diplomacia de Moscovo e Washington discutiram esta terça-feira por telefone propostas de paz para

a Ucrânia, mas mantiveram o impasse diplomático naquela que é considerada já a pior crise europeia desde o fim da Guerra Fria.³⁹

Um outro fator crucial para a noticiabilidade deste conflito – que está intimamente ligado aos anteriores – é o da notoriedade da Rússia, enquanto potência mundial e um dos agentes principais dos acontecimentos. Esta questão remete-nos para a importância da Rússia enquanto exportador energético e a Ucrânia enquanto forte veículo dessa mesma energia.⁴⁰ Elevam-se, assim, questões económicas que colocaram o conflito e as suas implicações na ordem do dia. Apesar de Portugal não estar dependente do abastecimento de gás que a Rússia exporta, a questão energética afeta a Europa e isso pode trazer implicações indiretas para o nosso país. Citando Cândida Pinto “vários países da Europa têm essa situação e são nossos vizinhos, portanto os preços do gás poderão alterar” causando problemas complexos para todos os países europeus. Refletindo sobre estes aspetos pode-se relacionar esta vertente do conflito com valor-notícia a nível do conteúdo, devido ao impacto que poderá causar na nação: o que comprova a notável importância dos intervenientes nos acontecimentos. Por sua vez, a importância das informações relacionadas com a questão energética também atribui valor a nível do produto e do público, como se pode verificar através da seguinte notícia:

A tensão na Ucrânia e as sanções impostas a Moscovo estão a alimentar receios de que a Europa possa vir a sofrer cortes no abastecimento de gás natural russo, que chega ao ocidente através da Ucrânia. A própria Gazprom já alertou para as consequências.

No Leste da Ucrânia a situação está longe da pacificação.

O edifício do governo regional de Luhansk caiu às mãos dos manifestantes pró Rússia em poucos minutos, sem a oposição da polícia local, severamente criticada pelo presidente interino.

Os manifestantes forçaram a entrada enquanto gritavam a palavra referendo.

As cores russas passeiam-se livremente pelo edifício e mais uma vez se torna óbvio que o governo central ucraniano está longe de mais para conseguir controlar o que quer que seja.

³⁹ Notícia do Jornal da Noite de 11 de Março de 2014.

⁴⁰ Ver anexo 3.2 – Mapa II

Este homem diz que a invasão teve como objectivo mostrar ao governo de Kiev que a população quer paz e um referendo no dia 11 de maio.

De acordo com as agências internacionais o final de tarde nesta cidade do leste da Ucrânia ficou marcado pelo assalto separatista ao quartel - general da polícia, em que duas dezenas de homens terão disparado com armas automáticas contra o edifício para forçar a rendição da polícia.

As imagens que chegam da Ucrânia estão a assustar a Europa. Esta terça-feira, a Gazprom responsável por quase um terço do gás natural que chega à Europa alertou para as consequências das sanções a Moscovo no desempenho da companhia. O preço e o abastecimento, que em grande parte é feito através da Ucrânia poderão sofrer oscilações.

Os alertas surgem no mesmo dia em que o gigante estatal russo assinou um memorando de entendimento com uma companhia austríaca para a construção de um gasoduto que possa abastecer a Europa a partir da Áustria.⁴¹

Há vários motivos que garantem o interesse jornalístico sobre momentos de conflito, geralmente porque estes acontecimentos estão inseridos nos interesses quer dos governos, quer das populações, quer – automaticamente – dos *media*; Isto remete-nos para o conceito da Agenda Tripartida. No caso concreto do conflito russo-ucraniano, levantam-se várias consequências sociais e económicas que podem vir a influenciar os vários países da Europa.

⁴¹ Notícia do Jornal da Noite, de dia 29 de abril de 2014.

Considerações Finais

Este relatório teve como principal objetivo refletir sobre as experiências vividas durante os seis meses de estágio na SIC, assim como as dificuldades e obstáculos que surgiram pelo caminho e a necessidade de os ultrapassar. Tentei, ao longo deste relatório, mostrar de forma elucidativa certos aspetos da vida de um estagiário na azáfama de uma redação televisiva. Para além do objetivo apontado, apresento um ensaio sobre o agendamento por parte da SIC do conflito entre a Rússia e a Ucrânia, articulando sempre que possível a escrita quer com a minha prática profissional, quer com as bases teóricas aprendidas ao longo dos anos de ensino superior.

Entre altos e baixos, momentos que variaram de forma muito ténue entre a euforia e a angústia, o saldo final foi verdadeiramente gratificante. Aprendi, durante os seis meses de estágio, lições que vão muito para além do jornalismo e tenho consciência de que amadureci tanto a nível profissional, quanto a nível pessoal. Nem todos os dias correram bem, nem todos os trabalhos foram finalizados da forma que tinha idealizado, nem todos foram bons colegas e bons profissionais. Por tudo isto tive que aprender a lidar com estes aspetos, ultrapassá-los e retirar a lição que cada um deles me podia ensinar.

O estágio na SIC não foi a minha primeira experiência a nível profissional, mas foi a primeira vez que o fiz dentro da área para a qual estudei. Grande parte dos estagiários com quem convivi encontrava-se na mesma situação que eu, o que significa que - para quase todos - se tratava de um cenário totalmente novo, onde era preciso ultrapassar a barreira do medo e do desconhecido. Desempenhar o papel que me cabia da melhor forma não dependia só do estagiário, mas também de quem o acompanhava. A escassez de tempo, o número reduzido de jornalistas contrabalançando com o elevado número de estagiários não permitiu que isso acontecesse sempre. Não encaro isto como algo negativo, mas como algo próprio de um ambiente de trabalho onde estão centenas de pessoas atarefadas para chegar ao telespectador, para conquistar públicos e audiências. Geralmente, a prática comum consistia numa espécie de “passagem de testemunho” entre estagiários: os que estivessem há mais tempo em cada departamento, ensinavam as funções básicas e integravam os que chegavam depois à equipa.

O jornalismo televisivo tem o poder de transmitir as notícias quase que momentaneamente. A chamada magia do pequeno ecrã e de ser jornalista neste quadro prende-se com isto mesmo: todos os dias, a dinâmica da redação pode ser muito diferente – e isto não é um rompido *cliché*. Todavia, se estes fatores conferem entusiasmo e dinamismo à profissão carregam, também, consigo muitas horas de árduo trabalho.

No que diz respeito ao tema que me propus estudar pode-se concluir, de forma nítida, que o agendamento noticioso do conflito russo-ucraniano tem em conta uma série de valores notícia que determinam a importância do assunto para os portugueses. Por isso mesmo, ocupou e continua a ocupar boa parte dos noticiários da SIC. Depois de analisadas as notícias de seis meses de Jornais da Noite e de entrevistar aqueles, que na minha opinião, foram os que mais perto tiveram da situação enquanto funcionários da estação, conclui que os fatores relativos à proximidade, notoriedade e dimensão dos dois países diretamente envolvidos e possíveis consequências para o resto da Europa são os critérios principais para o agendamento do conflito.

Concluiu-se, que o conflito por si só, a proximidade dos incidentes e a notoriedade dos países intervenientes são características que conferem noticiabilidade ao confronto entre a Ucrânia e a Rússia. Não sendo um problema recente, tem assumido um papel de destaque quer nos órgãos de comunicação portugueses, quer internacionais (sobretudo no resto da Europa e nos Estados Unidos da América). Importa, aqui, lembrar a queda do avião comercial da *Malaysia Airlines* que se despenhou em leste ucraniano com 298 pessoas. Nenhuma sobreviveu. O *Boieng-777* estava a fazer a ligação entre Amesterdão e Kuala Lumpur e desapareceu dos radares quando voava em território ucraniano. Segundo fontes militares, o aparelho foi abatido por um míssil terra-ar que o atingiu erradamente. Kremlin e Kiev trocam acusações entre si e nenhum dos governos assume a culpa, mas uma certeza é evidente: tal catástrofe só aconteceu devido ao conflito que se vive na zona leste ucraniana e aos confrontos entre separatistas.

Lembrando, agora, os meses vividos na redação da SIC e das rotinas enquanto estagiária considero que o balanço é positivo e que a experiência valeu pelo seu todo. Ali, aprendi a ver as notícias pelo ângulo de quem as faz e de quem as conta. O conflito entre Rússia e Ucrânia foi um dos acontecimentos que marcou o meu período de

estágio, já que estive presente em muitas transmissões. Cresci tanto a nível profissional como pessoal e, até, emocionalmente. Acredito que me tornei uma pessoa melhor, com mais sensibilidade para o que me rodeia. Por tudo isto, tenho certeza que se voltasse atrás no tempo e tivesse que tomar a decisão de como terminar o mestrado, a escolha teria sido, exatamente, a mesma.

Referências Bibliográficas

Livros:

- BORDIEU, P. (1997), *Sobre a Televisão*, São Paulo: Jorge Zahar Editores Lda.
- CASHMORE, Ellis (1998), *...e a televisão se fez!*, São Paulo: Summus
- DEARING, James e ROGERS, Everett (1996), *Agenda-Setting*, Thousand Oask: Sage
- GARCIA, José Luís (2009), *Estudos sobre os Jornalistas Portugueses - Metamorfozes e encruzilhadas no limiar do século XXI*, Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais
- KAPUSCINSKI, Ryszard (2008), *Os Cínicos Não Servem Para Este Ofício – Conversas Sobre Bom Jornalismo*, Lisboa: Relógio D'Água
- KETELE, Jean-Marie De & ROEGIERS, Xavier (1999), *Metodologia da recolha de dados*, Lisboa: Instituto Piaget
- LOPES, Felisbela (2007), *A TV das Elites – Estudo dos programas de informação semanal dos canais generalistas (1993-2005)*, Porto: Campo das Letras
- LOPES, Felisbela (2008), *A TV do Real – A Televisão e o Espaço Público*, Coimbra: Minerva
- MACIEL, Pedro (1995), *Jornalismo de televisão: normas práticas*, Porto Alegre: Sagra-Luzzatto,
- MARQUES, Rui (2005), *Timor-Leste: o Agendamento Mediático*, Porto: Porto Editora
- MCCOMBS, M. et al.,(1991), *Agenda Setting, Readings on Media, Public Opinion and Policymaking*, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates
- MCCOMBS, Maxwell (2004), *Setting the Agenda, the Mass Media and Public Opinion*, Cambridge: Polity Press
- MCQUAIL, Denis & WINDAHL Sven (1993), *Modelos de Comunicação para o estudo da comunicação de massas*, Lisboa: Notícias Editorial
- RAMONET, Ignacio (1999), *A Tirania da Comunicação*, Porto. Campo das Letras
- SANTOS, João Almeida (2000), *Homo Zappiens – o feitiço da Televisão*, Lisboa: Editorial Notícias
- SANTOS, José Rodrigo (1992), *O que é Comunicação*, Lisboa: Difusão Cultural
- SANTOS, Rogério (2010), *Do jornalismo aos media: estudos sobre a realidade portuguesa*, Lisboa: Universidade Católica Editora

SAPERAS, Enric (1993) *Os Efeitos Cognitivos da Comunicação de Massas*, Porto: Asa

SOBRAL, Luís & MAGALHÃES, Pedro (1999), *Introdução ao jornalismo desportivo*, Lisboa, Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas: Clube Nacional da Imprensa Desportiva

TRAQUINA, Nelson (2000), *O Poder do Jornalismo: Análise e textos da Teoria do Agendamento*, Coimbra: Minerva

TRAQUINA, Nelson (2002), *O que é o Jornalismo*, Lisboa: Quimera

TRAQUINA, Nelson (2004), *A Tribo Jornalística – uma Comunidade Transnacional*, Lisboa: Editorial Notícias

WOLF, Mauro (2006), *Teorias da Comunicação*, 9ª edição, Queluz de Baixo: Editorial Presença

Artigos online:

CANAVILHAS, João (s. d.), *O domínio da informação-espectáculo na televisão*. [consultado a 16 de junho de 2014] em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/canavilhas-joao-televisao-espectaculo.html>

LOPES, Felisbela (2000), *O Panorama Audiovisual Português. O passado recente e o futuro próximo*. [consultado a 14 de abril de 2014] em <http://www.bocc.ubi.pt/pag/lopes-felisbela-panorama-audiovisual-portugues-2000.pdf>

SERRANO, Estrela (2011-2012), *Grupos de comunicação social em Portugal*. [consultado a 24 de março de 2014] em http://janusonline.pt/popups2011_2012/2011_2012_1_9.pdf

TAVARES, Frederico de Mello Brandão (2009), *O jornalismo especializado e a especialização periodística* [consultado a 30 de março de 2014] em <http://www.ec.ubi.pt/ec/05/pdf/06-tavares-acontecimento.pdf>

Páginas online:

<http://www.educ.fc.ul.pt/docentes/ichagas/mi1/entrevistat2.pdf> [consultado a 15 julho de 2014]

<http://www.prof2000.pt/users/folhalcino/ideias/comunica/entrevista.htm> [consultado a 4 de junho de 2014]

http://janusonline.pt/popups2011_2012/2011_2012_1_9.pdf [consultado a 22 de março de 2014]

<http://www.impresa.pt/portfolio-marcas> [consultado a 1 de abril de 2014]

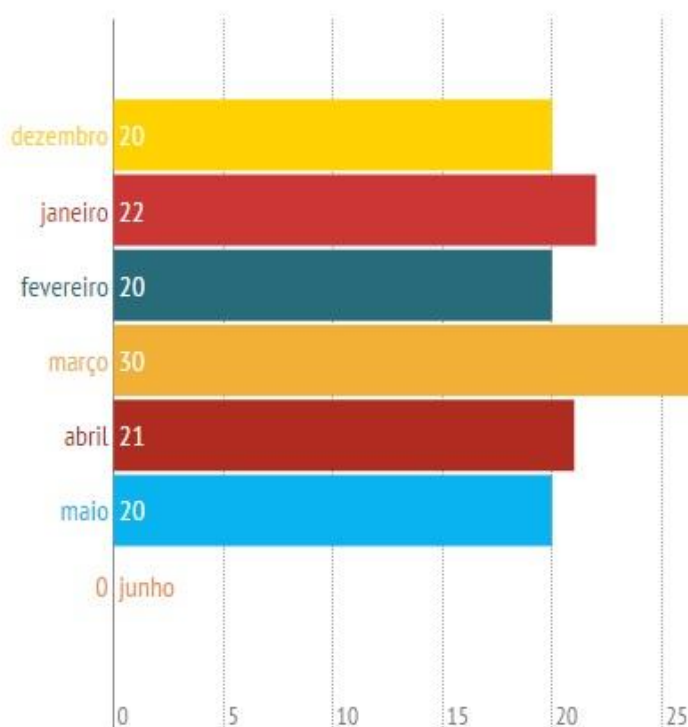
ANEXOS

1. Tabelas e gráficos

1.1. Tabela informativa com as notícias do Jornal da Noite sobre a temática abordada no relatório, do período entre 2 de dezembro de 2013 e 1 de junho de 2014, selecionadas através duma busca pelas palavras “Crimeia”, “Ucrânia” e “Rússia”. Na tabela pode-se, também, verificar a quantidade de notícias de abertura e os diretos realizados em cada mês.

	nºnotícias	diretos	notícia de abertura
dezembro	20	0	1
janeiro	22	3	0
fevereiro	20	5	5
março	30	1	4
abril	21	0	0
maio	20	1	0
junho	0	0	0
total	133	10	10

1.2. Gráfico ilustrativo com o total das notícias Jornal da Noite sobre a temática abordada no relatório, do período entre 2 de dezembro de 2013 e 1 de junho de 2014, seleccionadas através duma busca pelas palavras “Crimeia”, “Ucrânia” e “Rússia”.



2. Entrevistas

2.1.-Transcrição da entrevista a Sofia Arede realizada a 23 de Julho de 2014

Nome: Sofia Arede

Idade: 42

Habilitações académicas: Licenciatura em Filosofia e Mestrado em História.

Formação em Jornalismo no Cenjor

Cargo ocupado na SIC: Repórter

Anos de Experiência: 17 anos

1 – A Sofia foi a primeira jornalista da Sic a ir para a Ucrânia – mais concretamente para Kiev. Já esteve a trabalhar em outros cenários de conflito?

Aquele não era ainda um cenário de conflito. Adivinhava-se que qualquer coisa grave podia acontecer a qualquer momento mas não se pode dizer que fosse um cenário de conflito.

Já tinha estado em zonas complicadas como em Timor e também estive em Gaza e na Cisjordânia – há uns anos; até por minha conta. Aqui, aquilo que era mais grave era o grau de imprevisibilidade que transparecia daquela situação. Não se sabia exactamente o que podia acontecer ou quando e quem seriam os protagonistas. Portanto havia uma indefinição no ar. Sabia-se que a situação podia ser grave – como depois foi – mas ainda não se sabia que ia chegar, por exemplo, a este ponto – à situação em que estamos hoje.

2 – Depois de Kiev foi para mais alguma cidade?

Não. Fiquei em Kiev porque na altura nós fomos cobrir as manifestações em Maidan – na praça central. Era isso que estava a acontecer e Kiev era uma cidade completamente transfigurada – pelo menos aquela zona central. Kiev é uma cidade muito grande com vários milhões de habitantes mas aquele centro parecia, de facto, uma zona de guerra.

Nós chegamos à noite e havia fogueiras, barricadas, homens armados... não havia iluminação pública. Parecia, de facto, nem sei... outro planeta, uma coisa dos filmes. E era até assustador. Mas, de facto, cabe à pessoa ter poder de adaptação e perceber onde está o perigo. Nós adaptamo-nos bem e acabamos por não recear muito por nós. Estávamos mais preocupados, até, com o nosso trabalho do que propriamente com levar um tiro ou qualquer coisa porque começamos a perceber, mais ou menos, as dinâmicas do próprio local.

Nós fomos para isso, para tentar perceber o que estava ali em causa, para cobrir essa tomada do centro da capital da Ucrânia e para tentar perceber também as causas e o que poderia sair dali.

3 – Lembra-se em que dia lá chegou?

Não me lembro exactamente mas acho que foi no final de Janeiro. Estava muito frio, muito frio.

4 – Como classifica este conflito? Tendo estado lá, verificou que é, de algum modo, diferente de outros onde já esteve?

Acho que é um conflito diferente de outros porque acontece na Europa e envolve uma grande potência – a Rússia. Quer queiramos admitir que estão directamente envolvidos ou não, envolve porque tudo começou por causa da pressão da Rússia de não querer que a Ucrânia se envolvesse mais com a União Europeia. E a própria Ucrânia é um país importante na Europa. É de grandes dimensões – é um dos maiores países da Europa. Portanto, qualquer instabilidade nessa zona afecta a Europa toda, como aliás estamos agora a perceber da pior forma, por exemplo, com o acidente que aconteceu.

5 – Que valores-notícia estão, aqui, em causa? Já me falou do factor proximidade. Há mais algum?

O conflito por si só. O facto de envolver grande parte da União Europeia; e porque não nos podemos esquecer que as manifestações começaram em Kiev depois do ex-presidente Yanukovich ter recuado perante a assinatura de um acordo com a União Europeia. Esse acordo foi negociado durante 10 anos – portanto não era um acordo leve

- tinha milhares de páginas. Era um passo para a futura adesão da Ucrânia à União Europeia. Como a Rússia não estava interessada em que isso acontecesse e gostava sobretudo de criar uma infra-estrutura comercial com os países que estão ali à volta e que já fizeram parte da União Soviética. As manifestações começaram exactamente aí. Portanto, envolvia de alguma forma a União Europeia e a influência que pode ter – ou não – na Europa. Nesse sentido também é importante.

Depois há outras questões importantes como a questão energética - o gás, o petróleo e as ligações económicas enormes à Rússia. Nós, por outro lado, também temos uma comunidade importante de ucranianos. Portanto havia uma série de ligações à Ucrânia que não é um país propriamente distante e inóspito. Há qualquer coisa que nos liga; quanto mais não seja conhecemos pessoas ucranianas que já trabalharam connosco.

6 – Quanto tempo esteve lá?

Nós estivemos (com repórter de imagem Manuel Ferreira) lá 7 ou 8 dias mas pareceram muitos mais. O trabalho era muito intenso: acordávamos muito cedo, deitávamo-nos muito tarde. Estávamos sempre a fazer coisas e por isso os dias pareciam muito longos. Dá a sensação que estivemos lá mais tempo.

7 – Pode-me relatar, de forma muito genérica, como era o dia-a-dia em Kiev?

Acordávamos muito cedo e tínhamos a vantagem de cá ser menos duas horas; isso dava-nos algum tempo para preparar o trabalho. Normalmente, antes do pequeno-almoço, eu via tudo o que estava a acontecer – nesse sentido a internet ajuda muito; porque às vezes uma pessoa está no local e não significa que saiba mais que as agências de comunicação, as grandes plataformas de informação. Depois ligava para a SIC e fazia um directo sobre o que se estava a passar naquele dia. Apanhamos várias coisas, por exemplo, a demissão do primeiro-ministro. Na altura havia uma grande tensão em volta do parlamento. Depois, normalmente, saíamos em reportagem e, neste caso, era sempre em situações muito difíceis porque estava muito muito frio e isso condicionou muito o nosso trabalho. As pessoas nem imaginam o que é a carregar um tripé ou uma camara ou a ter que pensar quando estão menos vinte e tal graus! É muito difícil.

Era admirável como aquelas pessoas conseguiam estar ali 24 horas por dia em protesto. Estão mais preparados e tinham muitos truques: fogueiras, tendas de aquecimento... Normalmente, depois fazíamos reportagens para tentar ter um olhar muito próximo daquilo que estava a acontecer e transportá-lo para as pessoas que estão a ver televisão. Isso não se consegue através das coisas que nos chegam pelas agências (é sempre uma coisa muito distante). Tentamos ter essa proximidade, tentamos perceber quem eram aquelas pessoas e porque é que estavam ali. Como é que se chamavam. E, normalmente fazíamos isso de manhã. Depois voltávamos para fazer um directo para o Primeiro Jornal, da SIC; depois à tarde visionávamos, montávamos e saíamos mais um pouco em reportagem. Enviávamos a peça e fazíamos um directo para o Jornal da Noite, às 20h - eram 22h horas lá. Quando acabava o Jornal já era quase meia-noite. Às vezes ainda fazíamos algum trabalho para a SIC Notícias; depois comíamos e íamo-nos deitar.

8 - Toda a informação que recolhiam no terreno era editada lá?

Sim. Nós é que montávamos as peças.

9 – Houve alguma situação que a tenha marcado a nível pessoal ou profissional durante os dias em que esteve em Kiev?

São várias coisas mas o que é mais interessante é perceber como é que a humanidade se sobrepõe mesmo em situações-limite. Havia até coisas curiosas: nós estávamos nas zonas das barricadas - onde já tinham morrido centenas de pessoas e viriam a morrer ainda mais – e havia pessoas a distribuir chá e café e a perguntar-nos se queríamos. No meio daquele caos com barricadas, pessoas armadas e a presença constante da polícia do outro lado, havia pessoas a distribuir *sandwiches* ou chá. Era uma situação um bocado surreal; Como é que no meio daquele aparente caos há aquela ordem?! (...) E isso acho que conseguimos transmitir bem; são coisas que não estão nas imagens das agências; são pormenores que ficam de fora e depois também tivemos possibilidade de conhecer uma pessoa extraordinária que foi a nossa tradutora lá - que era o nosso elo de ligação com aquilo tudo. Era uma pessoa espectacular, com uma cultura imensa; era um poço de sabedoria e isso foi também muito interessante. Essas duas coisas.

10 – A SIC marca e tem marcado, ao longo da sua existência, presença suficiente em cenários de conflito ou depende muito das agências?

A SIC tem a tradição de acompanhar os conflitos mas talvez nos últimos anos, por uma série de circunstâncias tem-no feito menos – o que eu acho uma pena.

10.1. A que circunstâncias se refere?

Tem a ver com a própria organização das redacções; com questões financeiras – porque é sempre um grande investimento mandar uma equipa para fora. E como há, de alguma maneira, a facilidade de obter a informação de outra forma, investe-se menos nisso. Só que aquilo que se ganha quando se envia uma equipa valoriza muito mais a missão da SIC e do jornalismo no geral. Não se deve prescindir, por mais difícil que seja, dessa opção.

11 – Considera que existem limitações na informação que chega ao telespectador?

É sempre difícil transmitir tudo. A questão da imparcialidade é muito complexa porque o jornalista nem pode ter a ousadia de dizer que está a ser completamente imparcial porque só a escolha das imagens e das palavras já está a condicionar a forma como a mensagem é transmitida e recebida. É óbvio que em todos estes conflitos – e este é um bom exemplo -há uma enorme guerra de informação e propaganda por trás. O jornalista tem que saber distinguir e ser o mais isento possível – mesmo que não possa ser imparcial. E tem de conseguir transmitir de que forma é que essas pressões acabam por condicionar o próprio trabalho. Eu acho que se as pessoas em casa estiverem informadas disso conseguem elas próprias avaliar aquilo que lhes chega. Mas reconheço que nem sempre há esse cuidado e muitas vezes a pessoa “vomita” a informação que lhe chegou sem qualquer filtro. Basta dizer, por exemplo, “o governo russo diz que ” ou “Ucrânia diz que”; depende até da forma como as palavras são colocadas no texto para a coisa sair muito melhor mas é óbvio que estamos todos muito condicionados pela nossa própria visão e pelo sítio do mundo em que estamos. E, é verdade que na questão da Ucrânia nos chegou muito mais o ponto de vista – numa primeira fase – dos manifestantes de Maidan que também eram a notícia. No fundo eles estavam a tentar mudar alguma coisa e nesse sentido também era natural que se falasse mais deles e não no ponto de vista de quem já está instalado no poder. Isso também é natural. Mas é verdade que, até depois, a perspectiva russa ficou sempre um pouco de lado. Eu tentei

sempre não ser ingénua ao ponto de achar que as coisas são pretas e brancas e que há bons e maus; há uma série de interesses. Há países mais fortes e influente mas as coisas não são pretas e brancas. E acho que tentei passar essa complexidade.

12- Considera importante que a SIC tenha cuidados especiais na cobertura de um conflito aberto?

Claro! Acho que deve ter sempre esse cuidado porque nós estamos sempre sujeitos a influências e a essas situações em qualquer coisa que façamos – quer através das agências de comunicação, quer por assessores, portanto acho que esses cuidados são sempre importantes. Num conflito deve-se ser ainda mais cuidadoso porque o simples facto de, por exemplo, dizermos que X pessoas morreram pode desencadear qualquer coisa. Se calhar não tanto no nosso caso porque estamos aqui neste cantinho e quase ninguém nos ouve mas uma cadeia internacional tem que ter esse cuidado porque a notícia como é veiculada pode desencadear uma reacção. Basta pensarmos nas caricaturas de Maomé que um jornal dinamarquês publicou; aconteceram uma série de coisas devido a isso; não quer dizer que eles não tivessem o direito de publicar mas uma coisa publicada hoje pode suscitar algo.

Essa preocupação deve estar sempre presente e acho que nós não devemos esconder o facto de que o acesso à informação é limitado; que somos, enfim, quase peões no meio daquilo que está a acontecer e eu acho que não deve ser negativo expor as nossas fragilidades. Não devemos dizer que sabemos tudo. Acho que é bom expormos as nossas limitações porque dessa forma os telespectadores podem fazer uma leitura mais correcta daquilo que se está a passar e não serem enganados com certezas que não podemos dar.

13 – Na sua opinião, este conflito ainda vai dar muitas mais notícias?

Sim, eu acho que a Europa e o resto do mundo, até agora, – até porque há muitos interesses que os ligam à Rússia - não lhe deram a importância que realmente tinha. E este acidente é quase um abrir de olhos para o mundo. De facto, o que se está a passar ali é muito grave e pode ter consequências muito graves para a estabilidade da Europa e do mundo. Enquanto todos não se aperceberem que tem que ser forçada uma solução política e diplomática, não creio que a coisa tenha fim porque, por exemplo, as forças ucranianas demoraram muito tempo para entrar numa pequena cidade no leste da Ucrânia. Quanto tempo vão demorar a entrar numa cidade como Donesk?! A situação poderá arrastar-se durante meses com consequências terríveis para a população e mesmo para pessoas que nada têm a ver com isto. Enquanto a Rússia e a Ucrânia, os EUA e a União Europeia não se sentarem à mesa e começarem a discutir a sério uma solução política, nada vai mudar.

2.2. Entrevista a Cândida Pinto, Editora Internacional realizada a 23 de Julho de 2014

Nome: Cândida Pinto

Idade: 51 anos

Habilitações Académicas: Licenciatura em Comunicação Social

Cargo ocupado na SIC: Editora de Internacional e coordenadora da Grande Reportagem

Anos de experiência: 25

1 – Como é que classifica o conflito que está a decorrer na Ucrânia?

É um conflito bastante complexo. Não sendo de larga escala – porque não, é complexo porque, de certa forma, faz renascer a ideia da Guerra Fria. Coloca de um lado a Rússia e a personalidade de Putin - de querer manter uma posição de poder em toda aquela zona - em confronto com a ideia do ocidente e do alargamento até às fronteiras da Rússia. E, claramente, o que se tem visto a acontecer ali é uma disputa de território de influência. É uma disputa estratégica, com a Ucrânia a querer juntar-se ao Ocidente e à União Europeia e a Rússia a querer evitar isso a todo o custo. A UE já está muito próxima da Rússia e claramente a Ucrânia está “entalada” entre ambos, daí que se tenha revertido de certa forma no palco, cenário de guerra. O campo de batalha deste confronto entre os dois blocos; algo que estaria enterrado mas que pelos vistos renasceu de alguma forma.

2 – A Cândida e a Sofia foram as únicas jornalistas a ir para a Ucrânia? A Cândida foi para o leste mas para que cidades em concreto?

Sim. Eu estive em Donetsk, depois viajei um pouco por aquela zona que está muito próxima da fronteira. Estive em kramatorsk, Mariupol e Donetsk. Foram essas as três zonas onde eu estive e depois estive em Kiev porque foi na semana que antecederam as eleições que elegeram o actual presidente kurchenko que se realizaram a 5 de Maio.

3 – Eram vocês que tratavam de toda a informação lá?

Eu fazia reportagens diariamente – quer no leste na Ucrânia, quer depois em Kiev – e enviava já prontas. E fazia também directos.

4 – Como editora, explique-me como funciona todo o processo para a cobertura do conflito.

Em primeiro lugar tem que haver disponibilidade do jornalista em querer ir para uma zona de conflito porque as condições de trabalho nessas zonas são completamente diferentes. Tem que haver, portanto, uma vontade da pessoa para avançar para um local desses.

Depois tem a ver com a vontade do próprio órgão de comunicação social em enviar, em considerar que esse acontecimento merece o envio de um jornalista, um enviado especial. E para além da disponibilidade tem a ver com algumas habilitações do jornalista. (...)

Fundamentalmente, tem a ver com esses critérios.

5 – Que valores-notícia estiveram em causa?

Por um lado tem a ver com o facto da União Europeia estar directamente envolvida nesta questão. E portanto, ao fazermos parte dela e por termos tido um presidente da Comissão Europeia português, há aqui uma proximidade territorial e geográfica do conflito que é importante.

Por outro lado, nós tivemos uma comunidade ucraniana a residir em Portugal muito elevada. Actualmente, são aproximadamente 50 mil mas já foi muitíssimo elevada e nesse aspecto, também, há uma proximidade.

E de facto é um conflito que volta a colocar na ordem do dia, a cortina de ferro – de certa forma. É um conflito clássico que se eleva de novo e que toma de novo grandes proporções.

Para além de tudo isto há a questão energética que também conta para os critérios que tem a ver com o abastecimento de gás para a Europa; Portugal não é propriamente dependente do gás que vem da Rússia, e atravessa a Ucrânia, mas vários países da Europa têm essa situação e são nossos vizinhos. Portanto, os preços do gás poderão alterar – houve uma altura em que se falou muito disso no caso da Rússia cortar o trânsito do gás e isso iria causar problemas complexos.

Existe uma série de factores que fazem com que isto seja uma questão bastante importante para o noticiário que nós elaboramos diariamente.

6 – Como é que se faz a triagem daquilo que se está lá a passar para aquilo que se transmite?

Isso é uma tarefa que fazemos diariamente com muita intensidade. Nós temos várias fontes de informação de imagem que para nós são fundamentais. São a APTN e a REUTERS e temos, também, a ENEX que é uma associação de televisões privadas à qual pertence a SIC e onde estão televisões ucranianas, russas, polacas, etc. Para além de muitos outros parceiros europeus e a CBS norte-americana que são televisões que recolhem muito material no local.

Nós temos, em termos de imagem, essas fontes – e a televisão vive muito da imagem. O nosso trabalho consiste em estar atento ao material que vai sendo enviado pela Reuters e APTN, complementando com informações que chegam através quer das agências quer de outros órgãos de informação. Dependendo, também, do grau de importância da informação e do que se está a passar no terreno e a nível diplomático, nós tentamos, a partir daí, segmentar a informação e distribuir por peças; pode ser uma, duas, três ou quatro, consoante o acontecimento e as proporções que a informação tem.

7 – A SIC tem marcado presença suficiente em cenários de conflito?

A SIC depende fundamentalmente de agências de comunicação. Há aqui um dado que é importante: a SIC já teve uma outra postura, no sentido em que já enviou muito mais jornalistas para zonas de conflito para ter uma cobertura directa e testemunhal do que se está a fazer. A crise económica afectou, nesse aspecto, não só a SIC mas muitas outras estações europeias. Aconteceu o mesmo no sentido de retrain um pouco mais o envio de jornalistas, por isso, hoje o crive é muito mais apertado. Quando se envia um jornalista, há uma aposta naquele assunto e naquele trabalho e isso tem a ver com o facto dos custos neste tipo de situações serem muito elevado. Para além de todos os custos normais, uma zona de conflito tem uma “economia de guerra”: os preços elevam-se em tudo: desde o tradutor, aluguer do carro...todas essas circunstâncias tornam-se bens raros. A disponibilidade de algumas pessoas para trabalhar connosco faz-se pagar, obviamente. Todos esses custos acumulados fazem com que hoje as opções de enviar

peças para cobertura de conflitos tenha um critério muito mais apertado. Tem a ver muito com a questão económica. Por exemplo, em 2003 estive 2 meses seguidos no Iraque e isso hoje era impensável porque não há músculo financeiro para fazer uma cobertura do género. A SIC já enviou várias equipas ao mesmo local e isso hoje é uma raridade.

8 – De certa forma isso limita a informação que chega ao telespectador?

Eu acho que limita a empatia e limita o interesse do público. Porquê? Porque quando nós vamos para um local, para além de todo o trabalho jornalístico que nos compete fazer, nós acrescentamos uma mais-valia ao órgão onde estamos a trabalhar. Ou seja, criamos uma ligação directa com o público que nos está a ver e que nos identifica como o testemunho directo; a “voz” que está ali e que lhe transmite as informações em primeira mão com um testemunho directo. Isso cria uma empatia grande com o público, o que é benéfico para o órgão de comunicação social que investe dessa forma, não só naquela situação como faz com que o público se interesse por aquele assunto. Portanto, alarga também a própria visão das pessoas em relação a um determinado local.

Provoca também – hoje não tanto devido à crise económica mas já me aconteceu várias vezes – um fenómeno de repetição de outros órgãos de comunicação social. Eu cheguei a estar num local onde nos dias a seguir chegavam colegas de cá de rádios, jornais e televisões. Quem beneficia com isso, em primeiro lugar, é claramente o público porque tem um campo de análise do que está a passar muito mais vasto e os media também [beneficiam] porque as pessoas passam a identificar determinado jornalista e determinado órgão como presença directa no local.

9 – Neste tipo de situações deve haver cuidados na forma como é tratada e reportada a informação?

Há várias questões em relação a isso:

1º - O jornalista quando vai para um local destes nunca tem informação completa sobre onde está. Pode dar testemunho directo de um local mas tem uma enorme dificuldade em dar a situação toda. Tem que haver uma comunicação muito forte com a redacção. Imagine, por exemplo, que hoje estava um jornalista da SIC em Donetsk: o que ele está a fazer lá é muito importante por ser um testemunho directo mas hoje a informação passa também pela Holanda, pela Austrália, pelos EUA, Moscovo e por Kiev. Há uma série de palcos e é bom que o jornalista saiba o que é que está a circular nesses palcos. Não tem que ter muita informação porque senão perde-se. Tem que ter noções do que está a acontecer em cada lado, também para ele próprio perceber o que é que faz sentido fazer no local. Muitas vezes, o jornalista quando está no local tem um campo de acção restrito. Em 2011 quando estive na Líbia, em Trípoli, ainda com Kadafi no poder, nós [jornalistas] só podíamos circular, obrigatoriamente, com membros do governo de Trípoli. Tinha colocado várias pessoas para acompanhar os jornalistas e nós não tínhamos qualquer tipo de hipótese de fugir a essa guarda, digamos assim. Isto faz com que existissem coisas que se passavam à nossa frente e estávamos proibidos de filmar; não de dizer porque arriscávamos a dizer mas de filmar sim. Isto para televisão é dramático. Eu cheguei a passar por centenas de carros de combate que não podemos filmar. O que depois fica um bocado esquisito: eu estar a falar de coisas que via e não tinha imagens. Nessas alturas eu acho que os jornalistas devem dizer ao telespectador as condições em que estão a trabalhar. As pessoas têm que ter noção que aquela

informação é censurada, no sentido em que não há um acesso livre ao local. Por isso é preciso dar esses dados à pessoa.

O jornalista quando está no local deve, também, dar dados ao público que lhe permitam interpretar aquilo que está a ver. Ou seja, em lembro-me que em Donetsk quando lá cheguei queria encontrar um jovem que fosse pró-ucraniano e um que fosse pró-russo porque isso me dava equilíbrio e consegui. Eram dois jovens profissionais de trinta anos que estavam a começar a trabalhar, mas outras vezes isso não é possível. As pessoas têm medo de falar. Nós estávamos proibidos de filmar a cara de um separatista; eles diziam “filmas-me a cara e dou-te um tiro”. Temos que filmar com precauções, mas eu tenho que dizer às pessoas que há restrições na captação de imagens em determinados locais. Também para as pessoas perceberem como é que as coisas estão e o nível de tensão que se vive nos sítios.

Há outro tipo de cuidados com as vítimas, os mortos e com imagens mais *hardcore*. Isso levanta grandes discussões: desde pessoas que acham que se deve mostrar tudo, até pessoas que acham que não se deve mostrar nada. Eu acho que temos que ter equilíbrio neste sentido, é preciso ter sangue frio e pensar muito bem no que se está a fazer e como se filma. Eu quero que quem está a seguir a reportagem a veja integralmente, não quero que vinte segundos depois a pessoa “vá embora” porque ficou excessivamente impressionada. Eu tenho que fazer a pessoa perceber que a situação é trágica, dar-lhe elementos nesse sentido; mostrar até um determinado ponto mas não a arrastar na história totalmente; não provocar repulsa absoluta em relação ao que está a ver. Tenho que lhe dar motivos para querer ver, querer entender e não repudia-la nesse aspecto.

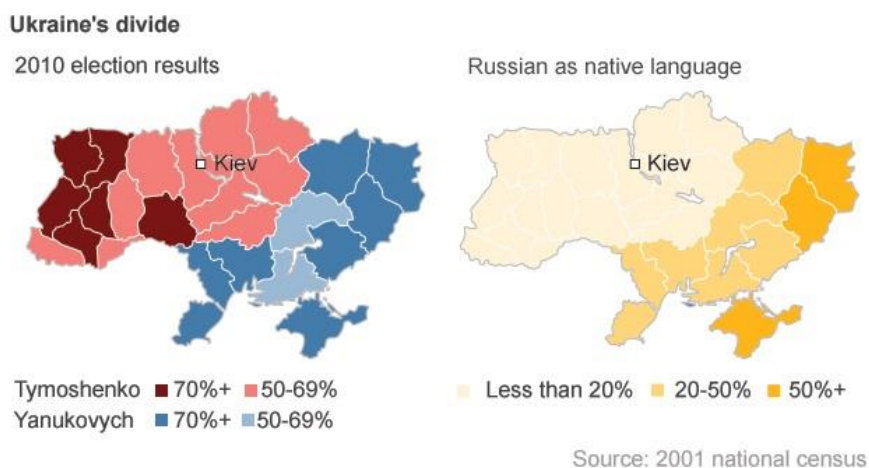
9.1E essa é a regra da SIC?

De certa forma sim. Acho que perante as imagens que chegam é preciso dar dados às pessoas para perceber a brutalidade dos acontecimentos, é preciso às vezes tapar imagens, evitar imagens porque isso acaba por afastar as pessoas da informação muito mais do que levá-las a querer saber mais.

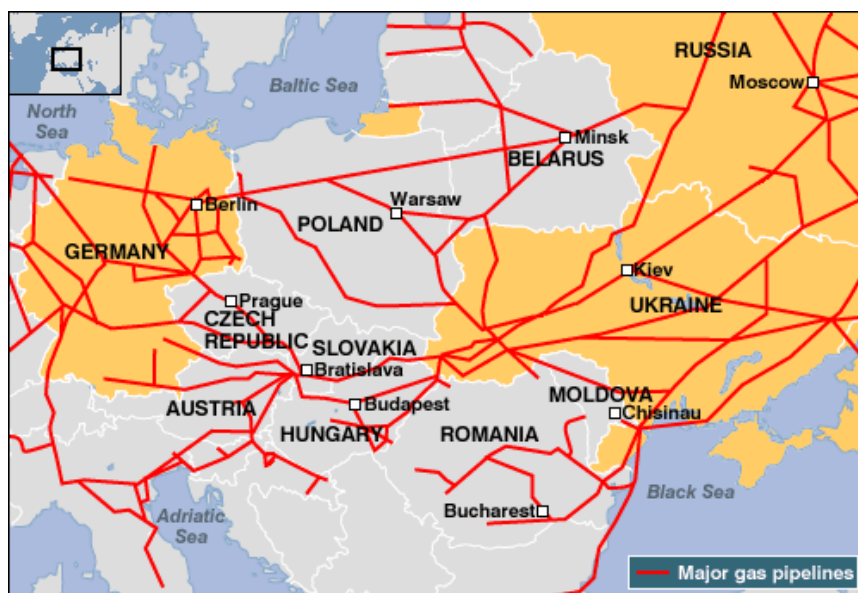
Isto tem um outro factor muito interessante: tem a ver com contexto cultural dos públicos. Porque há zonas do mundo onde as pessoas gostam de ver tudo e há zonas do mundo onde as pessoas não toleram ver nada. Nós estamos a meio da tabela.

3. Mapas

3.1 O primeiro mapa mostra a divisão dos votantes ucranianos nas eleições presidenciais de 2010; o segundo destaca a população ucraniana que é nativa de russo.⁴²



3.2 Mapa que ilustra os principais gasodutos de gás natural da Europa Central e Oriental⁴³



⁴² Mapa consultado em <http://www.bbc.com/news/world-europe-27308526>

⁴³ Mapa consultado em http://news.bbc.co.uk/2/shared/spl/hi/pop_ups/05/europe_enl_1135960498/html/1.stm

4 Reportagens

4.1 Por a televisão ser um meio que vive, acima de tudo, da imagem entendeu-se que seria benéfico disponibilizar *online* com as principais reportagens realizadas por mim durante o estágio na SIC. A edição é feita por profissionais e a sonorização é de jornalistas com carteira profissional – uma vez que os estagiários não estão autorizados a dar voz às peças.

Endereço *online*:

<https://www.youtube.com/channel/UCI1YnQmJaoYqaozzmEvVXcQ>