

ISCTE  IUL
Instituto Universitário de Lisboa

Escola de Sociologia e Políticas Públicas

**Representação do Porto e Lisboa no Jornalismo – a prática dos
telejornais versus a perceção dos telespetadores**

Joana Catarina Batista Leça

Dissertação submetida como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre
em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientador:

Doutor Gustavo Alberto Guerreiro Seabra Leitão Cardoso, Professor Catedrático,
ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa

Co-orientador:

Mestre Miguel Ângelo Sousa Crespo, Investigador Assistente,
CIES - Instituto Universitário de Lisboa

Outubro, 2017

Agradecimentos

Quero agradecer a todos os que estiveram, se mantiveram, apareceram e desapareceram, durante os últimos anos, enquanto o meu foco era a minha formação e o início da minha carreira.

Ao meu co-orientador Miguel Crespo por ter paciência com as minhas indecisões e conseguir clarificar as ideias que me perseguiram.

À professora Ana Martinho e ao professor Gustavo Cardoso pelo acompanhamento durante a Pós-Graduação e o Mestrado.

À professora Rita Espanha, por me ter ajudado a tomar a decisão que me fez mudar o tema desta investigação por um assunto que realmente me apaixona.

À Maria João Monteiro, por ter sido a minha companheira no sonho que nos trouxe à capital. Desde meninas, nas mesas da cantina da secundária, que tínhamos o nosso caminho delineado.

À minha Andreia Santos Luís, à grande Caroline Ribeiro, à surpresa que foi a Sara Vingadas. Por tudo e por nada, por me manterem sana, mesmo quando já não havia pinga de sanidade em mim. Obrigada por me terem ajudado a continuar.

Ao Vítor Hugo Maia, pelos últimos anos, pelo que vivemos juntos, pela amizade de sempre.

À Bruna Gomes, para quem já não há palavras quanto à certeza da amizade eterna. Pela paciência.

Ao Luís Torres, por me ter dado força, esperança e me ter obrigado a lutar, mesmo quando custava a ambos. Desde o dia em que nos conhecemos, até à eternidade.

Aos meus pais e ao meu irmão, por tudo e mais alguma coisa. Pela confiança, pelo investimento, pela coragem e pelos valores que me incutiram desde o dia em que nasci. Não seria ninguém sem vocês do meu lado.

Pela minha avó Rosa. Desculpa não ter ido para juíza.

Resumo

O Porto e o Norte subsistem com pouca importância para a sociedade portuguesa. Pelo menos é este o sentimento daqueles que pretendem representar a cidade, a área e fazer com que a mesma cresça. Desde sempre, Lisboa e os seus habitantes completam os círculos de poder, de discussão, de importância. Numa altura em que o Porto e a área envolvente começam a ser cada vez mais imprescindíveis para os números do turismo em Portugal aumenta a discussão para que o poder deixe de ser centralizado. Enquanto quarto poder, os media estão representados no Porto apenas com redações mais pequenas ou apenas delegações, principalmente nas televisões nacionais. No entanto, a presença do conteúdo, as notícias e os acontecimentos do Norte do País, da Área Metropolitana, ou até do Porto dificilmente chegam aos alinhamentos.

Depois de discutir a importância do jornalismo de proximidade, de conhecer alguns conceitos da televisão e das redações portuguesas, este trabalho olhou aos alinhamentos dos telejornais da RTP, SIC e TVI para compreender e comparar a presença mediática das diferentes áreas metropolitanas do Porto e de Lisboa. Com a intenção de conhecer a perceção dos telespetadores quanto à sua representação nos blocos informativos foi feito também um questionário e uma análise à questão da identidade nos media.

Abstract

The city of Porto and the North of Portugal have little importance for the Portuguese society. At least that is what whom tries to represent the city, the area and works for it to grow feels. Besides being the capital of Portugal, Lisbon and those who live there fulfill the circles of power, debate and importance. Right now, as Porto and the cities around start being even more necessary for the Portuguese tourism quota, the discussion around the need decentralize the power in the country is underway. The media, as the fourth power, are represented in Porto only by news delegations of the national TV broadcast companies. However, the content, the news and the events about the North of the country, the metropolitan area, and even about the city of Porto hardly will be a part of the news lineup.

After explaining the importance of proximity journalism, knowing some concepts of television and the Portuguese newsrooms, this paper analysed the news reports from RTP, SIC and TVI to understand and compare the presence of the different metropolitan areas of Porto and Lisbon. An inquiry helped at getting to know the perception of viewers about their representation on the news and there was an analysis focused on the identity value in media.

Keywords: jornalismo televisivo, Porto, Lisboa, centralismo, identidade, representação, alinhamentos.

Índice

INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO I: Enquadramento Teórico	2
1 Jornalismo de Proximidade nas Televisões Nacionais.....	2
Jornalismo de proximidade e o centralismo dos media	2
Perfil dos Jornalistas e das redações Portuguesas	4
Compreender a Televisão em Portugal	5
Como é que um assunto se torna notícia	7
A função social das Televisões e as audiências.....	10
2 Reconhecimento da identidade nos media	12
CAPÍTULO II: Enquadramento Metodológico	16
1 Objeto de Investigação: o problema.....	16
2 Os Telejornais como objeto da análise	16
Organização do trabalho de campo.....	17
Codificação da Recolha.....	18
3 Questionário	20
CAPÍTULO III: Recolha e análise dos resultados	22
1 Análise do conteúdo televisivo.....	22
Análise da Área Metropolitana do Porto	25
Análise da Área Metropolitana de Lisboa	26
Os gêneros mais usados.....	27
2 Análise dos questionários	28
Respostas inquiridos Área Metropolitana do Porto	28
Respostas inquiridos Área Metropolitana de Lisboa	32
Satisfação dos inquiridos face aos telejornais	36
CAPÍTULO IV: Considerações finais	39
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	I
ANEXOS	IV
CV	XIII

Índice de figuras

Figura 1- Presença das áreas metropolitanas do Porto e Lisboa nos telejornais da RTP, SIC e TVI ao longo de 28 dias. (N=274). Gráfico de elaboração própria.	22
Figura 2- Cinco concelhos mais presentes nos telejornais da RTP, SIC e TVI ao longo de 28 dias. (N=274). Gráfico de elaboração própria.	23
Figura 3- Concelhos da AMP mais presentes nos telejornais da RTP, SIC e TVI ao longo de 28 dias. (N=49). Gráfico de elaboração própria.	23
Figura 4- Concelhos da AML mais presentes nos telejornais da RTP, SIC e TVI ao longo de 28 dias.	24
Figura 5- Transmissão de notícias sobre a AMP e AML, por estações RTP, SIC e TVI. Recolha durante 28 dias. (N=274) Gráfico de elaboração própria.	24
Figura 6- Gráfico de respostas referente à pergunta "Dos três canais de acesso livre e generalistas portugueses, qual é a sua escolha para se manter informado? [RTP]". Referente aos inquiridos da AMP (N=108). Gráfico de elaboração própria	28
Figura 7- Gráfico de respostas referente à pergunta "Dos três canais de acesso livre e generalistas portugueses, qual é a sua escolha para se manter informado? [SIC]". Referente aos inquiridos da AMP (N=108). Gráfico de elaboração própria	29
Figura 8- Gráfico de respostas referente à pergunta "Dos três canais de acesso livre e generalistas portugueses, qual é a sua escolha para se manter informado? [TVI]". Referente aos inquiridos da AMP (N=108). Gráfico de elaboração própria	29
Figura 9 - Gráfico referente à pergunta "Quais as áreas que considera terem menos presença em conteúdos informativos?". Referente aos inquiridos da AMP (N=108). Gráfico de elaboração própria.	30
Figura 10- Gráfico referente à pergunta "Considera que a cobertura informativa representa de forma igual todo o país?". Referente aos inquiridos da AMP (N=108). Gráfico de elaboração própria.....	31
Figura 11- Gráfico referente à pergunta "Considera que em número de notícias, a AML está mais presente nas notícias que a AMP?" Referente aos inquiridos da AMP (N=108). Gráfico de elaboração própria	31
Figura 12- Gráfico referente à pergunta "Considera que em número de notícias, a AMP está mais presente nas notícias que a AML?" Referente aos inquiridos da AMP (N=108). Gráfico de elaboração própria	31
Figura 13-Gráfico referente à pergunta "Considera que a sua identidade, tradições e valores são representados nos blocos informativos televisivos?" Referente aos inquiridos da AMP (N=108). Gráfico de elaboração própria	31

Figura 14- Gráfico referente à percepção da valência dos blocos informativos, quanto à origem/residência dos inquiridos". Referente aos inquiridos da AMP (N=108). Gráfico de elaboração própria.	32
Figura 15- Gráfico de respostas referente à pergunta "Dos três canais de acesso livre e generalistas portugueses, qual é a sua escolha para se manter informado? [RTP]". Referente aos inquiridos da AML (N=102). Gráfico de elaboração própria	33
Figura 16-Gráfico de respostas referente à pergunta "Dos três canais de acesso livre e generalistas portugueses, qual é a sua escolha para se manter informado? [SIC]". Referente aos inquiridos da AML (N=102). Gráfico de elaboração própria	33
Figura 17- Gráfico de respostas referente à pergunta "Dos três canais de acesso livre e generalistas portugueses, qual é a sua escolha para se manter informado? [TVI]". Referente aos inquiridos da AML (N=102). Gráfico de elaboração própria	33
Figura 18-Gráfico referente à pergunta "Quais as áreas que considera terem menos presença em conteúdos informativos?". Referente aos inquiridos da AML (N=102). Gráfico de elaboração própria.	34
Figura 19-Gráfico referente à pergunta "Considera que a cobertura informativa representa de forma igual todo o país?". Referente aos inquiridos da AML (N=102). Gráfico de elaboração própria.....	35
Figura 20-Gráfico referente à pergunta "Considera que em número de notícias, a AML está mais presente nas notícias que a AMP?" Referente aos inquiridos da AML (N=102). Gráfico de elaboração própria	35
Figura 21- Gráfico referente à pergunta "Considera que em número de notícias, a AMP está mais presente nas notícias que a AML?" Referente aos inquiridos da AML (N=102). Gráfico de elaboração própria	35
Figura 22- Gráfico referente à pergunta "Considera que a sua identidade, tradições e valores são representados nos blocos informativos televisivos?" Referente aos inquiridos da AML (N=102). Gráfico de elaboração própria	35
Figura 23- Gráfico referente à percepção da valência dos blocos informativos, quanto à origem/residência dos inquiridos". Referente aos inquiridos da AML (N=102). Gráfico de elaboração própria.	36
Figura 24- Gráfico referente ao grau de satisfação dos inquiridos com os telejornais. (N=210). Gráfico de elaboração própria.	37
Figura 25- Share em Prime-time e Share global dos canais generalistas portugueses versus restantes canais, entre 1999 e 2015. Fonte: Obercom	37
Figura 26- Gráfico referente às razões de insatisfação com o Jornalismo Televisivo. (N=210). Gráfico de elaboração própria.	38

Figura 27 - Número de notícias por Área Metropolitana e por concelho. Referente a 28 dias. (N=274). Tabela de elaboração própria.....	IV
Figura 28- Secções e Valências das notícias, por concelho. Referente a 28 dias. (N=274). Tabela de elaboração própria.....	V
Figura 29- Categorização das notícias por géneros, por concelho. Referente a 28 dias. (N=274). Tabela de elaboração própria.....	VI

Glossário de acrónimos

- AML (Área Metropolitana de Lisboa)
- AMP (Área Metropolitana do Porto)

INTRODUÇÃO

Vivemos online e ligados a todas as partes do mundo. A cada dia que passa temos ainda mais consciência das coisas boas e menos boas, dos acontecimentos e eventos, das notícias do outro lado do mundo. Num dia em que se discute se Melania Trump tem ou não um duplo, é-me impossível descobrir porque é que o concelho onde habito não teve eletricidade durante a noite.

O global esqueceu o local e, embora o primeiro seja imprescindível, também o segundo não pode ser esquecido. Num país pequeno como Portugal, em comparação com outros países do mundo, as televisões nacionais têm o seu trabalho dificultado. Principalmente devido à divisão geográfica e de poderes do país e com todas as estações nacionais sediadas numa só cidade. Tendo como base a ideia do centralismo no quarto poder, foi feita no presente trabalho uma investigação que pretende compreender se realmente existe divisão quanto aos conteúdos e diferenças na cobertura informativa entre as cidades de Porto e Lisboa.

“Os canais de Lisboa não querem saber do País para nada” (Magalhães, J. 2004). Foi com esta citação do diretor-geral do Porto Canal (e antigo diretor de informação da TVI), Júlio Magalhães, em mente que pretendemos compreender se realmente, “os canais de Lisboa”, ou seja as televisões nacionais, dão ou não mais importância à capital. Além disso pretendeu-se saber quais os fatores que são tidos em conta para que uma notícia de outra área (no caso desta investigação a AMP) chegue aos alinhamentos dos noticiários nacionais.

Para atingir o que foi proposto foram estudados conceitos de jornalismo, mas também de identidade, representação da mesma e da função social da televisão e do jornalismo. Além de provar a discrepância perante a cobertura de ambas as áreas, pretendia-se também ter conhecimento se os telespetadores se sentem identificados ou afetados pelas diferentes formas de cobertura noticiosa. Foi então levada a cabo uma análise dos telejornais nacionais e também construído um questionário para assim conhecer a perceção dos portugueses, quanto à televisão nacional.

Esta dissertação teve então divisão capitular referente ao enquadramento teórico, metodológico e por fim à recolha e análise dos resultados obtidos.

CAPÍTULO I: Enquadramento Teórico

1 Jornalismo de Proximidade nas Televisões Nacionais

Jornalismo de proximidade e o centralismo dos media

Não obstante a ser uma das reflexões principais desta investigação, é importante compreender e refletir sobre o Jornalismo de Proximidade. O objetivo é perceber as diferenças entre este tipo de informação e a presença de jornalismo local em órgãos de comunicação locais.

O Jornalismo de Proximidade surge da premissa de que não sabemos o que se passa na nossa rua, mas conhecemos o que é notícia noutra ponta do globo. A Internet, com o auxílio das redes sociais e a instantaneidade da informação, facilita esta questão. O Jornalismo de Proximidade prevê então que a comunidade tenha conhecimento dos acontecimentos da região e local que habita:

entendemos por meios de comunicação social de proximidade todos os que se “dirigem a uma comunidade humana de tamanho médio ou pequeno, delimitada territorialmente, com conteúdos relativos à sua experiência quotidiana, às suas preocupações e aos seus problemas, ao seu património linguístico, artístico e cultural e à sua memória histórica” (Moragas, 2000 apud Coelho, 2005: 154).

Pedro Jerónimo (2015) define como Jornalismo de Proximidades as notícias publicadas na imprensa regional. A imprensa regional foi promulgada pelo Estado em 1988 no Estatuto de imprensa regional, presente no Decreto-Lei n.º106/88, de 31 de março. A atual Lei de Imprensa define por “publicações de âmbito regional as que, pelo seu conteúdo e distribuição, se destinem predominantemente às comunidades regionais e locais.” (ERC, 2010).¹

Só através dos grupos e empresas que fazem imprensa regional focada nas características das localidades em que estão inseridos é que a comunidade tem conhecimento da informação que realmente afetará o seu dia-a-dia. Assim, esta também se sente representada visto que “a imprensa regional dá ao público aquilo que a comunicação social nacional não oferece: a proximidade e a diferença, formando, sensibilizando e valorizando as populações locais.” (Santos, 2007: 79).

Quem trabalha nestas publicações são jornalistas que residem na área de cobertura noticiosa, “que partilha os mesmos espaços geográfico, social, cultural, psicológico do seu público” (López Garcia, 2008 apud Jerónimo, 2015: 11). Esta questão impõe-se porque apesar da facilidade que as novas tecnologias criaram, que tornam possível ter uma boa cobertura

¹ Lei n.º2/99 de 13 de Janeiro

de última hora de um acontecimento no estrangeiro, ter um jornalista que frequenta os mesmos espaços onde a notícia se desenvolve “poderá ser mais eficiente, na medida [que] existe um conhecimento mais aprofundado das pessoas, das instituições, dos factos.” (Jerónimo, 2015: 11).

Isto poderá então explicar que onde estão localizadas as redações, onde os jornalistas trabalham e se inserem sejam as regiões mais refletidas nos meios de comunicação social. No caso de Portugal, pode relacionar-se sobre a discussão do centralismo.

José Adelino Maltez define centralismo como “um processo de construção do Estado marcado pela atração face ao centro do aparelho de poder que, de cima para baixo, dita regras de organização uniformes.” (Maltez, J.; s.a). Em Portugal, José Fernandes (2006) explica que o país “está muito marcado por um sistema urbano bipolar que se tem vindo a reforçar particularmente na AML, sobretudo à custa da concentração das instituições do Estado, das maiores empresas, unidades de investigação estatais e comunicação social.” (Fernandes, 2006: 100).

O poder local conseguiu certa “legitimidade” e conquistou “competências acrescidas” desde 12 de dezembro de 1976, data em que foi possível pela primeira vez após o 25 de abril eleger órgãos locais. No entanto “a nível central, dificilmente se abre mão da capacidade de decisão final em matérias as mais diversas, sejam de âmbito nacional, regional, ou local, muito menos no domínio da autonomia financeira.” (Fernandes, 2006: 98).

Em setembro de 2016, Manuel Machado, Presidente da Associação Nacional de Municípios Portugueses, dizia em entrevista ao Diário de Notícias que “O vírus do centralismo é uma moléstia que é crónica em Portugal. Aparece em todo o lado, à direita e à esquerda. Gosto muito de Lisboa, mas no miolo do Terreiro do Paço à menor distração existe uma tentativa de captura dos poderes locais a benefício do centralismo.” (Machado: 2017 *in Diário de Notícias*).

Felisbela Lopes, investigadora e jornalista, publicou um artigo de opinião no *Jornal de Notícias*, a 12 de junho de 2017 com o título “Os media também centralizam”. A investigadora tem como enfoque de investigação o jornalismo televisivo e também o chamado mas ainda não definido “serviço público”.

No artigo, além de inserir os órgãos de comunicação social no “círculo vicioso que suga para a capital os atributos, os recursos e a opinião que tudo acaba por decidir”, diz que “não são muitos os projetos editoriais que se preocupam com o chamado resto do país”. (Lopes, 2017 *in Jornal de Notícias*). Acusa a crise financeira de ser uma das razões para que as redações migrem para Lisboa e para o fim de muitas delegações.

“Os jornalistas encontram na capital grande parte dos factos que mediatizam e das pessoas a quem oferecem a possibilidade de se pronunciarem sobre o que acontece” (Lopes, 2017 *in Jornal de Notícias*). A investigadora confirmou isto mesmo em investigação em 2011.

Felisbela Lopes e Luís Miguel Loureiro investigaram durante setembro de 2010 a junho de 2011, os convidados que vão a estúdio nos canais noticiosos para comentar a atualidade. De 1673 programas contabilizaram 2158 convidados. Na soma de todos os meses, que foi feita esta investigação, o número de convidados a estúdio em Lisboa é de 1653 e em toda a região do Norte contabilizam-se 345. O Centro do País conta com 45 convidados, desde o Algarve são cinco e do Alentejo dois. “No caso da TVI, todos os que têm acesso ao plateau informativo são de Lisboa”, já a RTP que têm emissão repartida entre Lisboa e os estúdios em Vila Nova de Gaia, a capital reúne “uma percentagem de convidados de 59.8 por cento, a região norte soma 31.6 por cento”. (Lopes, Loureiro, 2011:48). Estes números são claros relativamente aos comentadores; no entanto, para este trabalho é necessário conhecer também quem são os jornalistas portugueses.

Perfil dos Jornalistas e das redações Portuguesas

O CIES-IUL (equipa de investigação do ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa), em parceria com o Sindicato dos Jornalistas e o Obercom, lançaram um inquérito a todos os jornalistas em funções em Portugal. Entre os vários objetivos da investigação pretendia-se “conhecer a diversidade de percursos e perfis jornalísticos;” e “analisar as condições laborais dos jornalistas portugueses;” visto que tal pesquisa não era feita desde 1987. (Crespo et al., 2017a: 6). Responderam 1600 jornalistas às 78 perguntas do *Os Jornalistas Portugueses são bem pagos? – Inquérito às condições laborais dos jornalistas em Portugal*.

Destes questionários desenhou-se, em 2017, uma nova imagem do jornalista português no relatório *Jornalistas e Condições Laborais: Retrato de uma Profissão em Transformação*. Segundo dados da Comissão da Carteira Profissional de Jornalista (CCPJ) são “6114 os detentores de Carteira Profissional ou título equivalente”². (Crespo et al., 2017a: 6).

O Jornalista português tem em média 40 anos e é licenciado nas áreas de Ciências da Comunicação/Comunicação Social e/ou Jornalismo. Quanto ao gênero “registra-se um equilíbrio, com 51,8% e 48,2%, respetivamente, de homens e mulheres”, metade dos jornalistas inquiridos (52.2%) têm uma relação e 50,7% não tem filhos.

Quanto à área onde trabalham, Lisboa conta com 63,7% dos jornalistas que responderam a este inquérito, sendo “a área metropolitana de Lisboa (...) onde quase dois terços dos jornalistas portugueses exercem a sua profissão.” (Crespo et al., 2017a: 10/11).

Os distritos de Aveiro, Braga, Bragança, Guarda, Porto, Viana do Castelo, Vila Real e Viseu, que constituem a região Norte e correspondem a 37% de Portugal Continental, têm

² Crespo, M.; Azevedo, J.; Sousa, J.; Cardoso, G. & Paisana, M. (2017a). *Jornalistas e Condições Laborais: Retrato de uma Profissão em Transformação*. Retirado de <https://obercom.pt/jornalistas-e-condicoes-laborais-retrato-de-uma-profissao-em-transformacao/>

16,6% dos jornalistas portugueses. Não tendo em conta todos os jornalistas que trabalham na área metropolitana de Lisboa, nos oito distritos do Norte encontram-se “metade dos restantes” jornalistas inquiridos. Esta discrepância numeral e concentração dos profissionais explica-se no “facto de quase todos os maiores grupos de comunicação social terem as suas sedes na Grande Lisboa e de ser a capital do país” (Crespo et al., 2017a: 10/11).

Apesar de se tratar de números significativos e representativos do centralismo das empresas, em 1987 “a região de Lisboa concentrava cerca de 80% dos profissionais” como concluiu o investigador Paquete de Oliveira. (Crespo et al., 2017b: 49).

Em Portugal, estão inscritos na Entidade Reguladora para a Comunicação Social quatro serviços de programas pertencentes a três operadoras de televisão. A RTP1, RTP2, SIC e TVI são as únicas televisões generalistas de acesso não condicionado livre e de âmbito nacional. Estes quatro canais têm sede na área metropolitana de Lisboa e, apesar de terem redação no Porto e delegações espalhadas pelo país, apenas o canal estatal tem emissão a partir do Porto, durante algumas horas diárias.³

Além da RTP, SIC e TVI também a ARTV - Canal Parlamento faz parte da TDT e, mais recentemente, a 1 de dezembro de 2016 a RTP3 e a RTP Memória passaram a ser canais de acesso gratuito aos portugueses. Estão inseridos na TDT – Televisão Digital Terrestre, o serviço que a 29 de abril de 2009 veio substituir o sinal televisivo analógico.

Compreender a Televisão em Portugal

Desde a primeira emissão experimental da RTP a 4 de setembro de 1955 à criação das empresas privadas de televisão SIC e TVI, respetivamente em 1992 e 1993, muito evoluiu no processo de fazer televisão. Os “dados recolhidos pelo inquérito Sociedade em Rede de 2010 divulgam que a televisão em Portugal tem uma taxa de penetração de 99%”, explica Gustavo Cardoso. Esta investigação, publicada em 2015 na obra *A sociedade em rede em Portugal – uma década da transição*, visava perceber a importância e o comportamento dos portugueses perante os diferentes dispositivos existentes para atingir a informação. A televisão continua, então, com um papel maioritário perante os outros meios na vida dos portugueses. (Cardoso et al., 2016: 13).

A televisão tem também funções sociais, devido à sua grande difusão, como veremos posteriormente, dado que é um “veículo que, simultaneamente, promove o divertimento e fornece informação à família. A forma como essas mensagens são recebidas é que dita, no entanto, o verdadeiro papel da televisão na harmonia do lar.” (Coelho, 2005: 67).

³ Dados retirados do documento Operadores de Televisão (OT) da base de dados dos OCS registados na ERC, atualizado a 2 de junho de 2017 e consultada a 20 de junho de 2017. Disponível online em <http://www.erc.pt/pt/base-de-dados-dos-ocs-registados-na-erc>

Existem “cinco departamentos ou setores nas empresas jornalísticas de maior dimensão: administração, publicidade, redação, produção e circulação.” (Faustino, 2002 apud Santos, 2007: 36). “O setor redatorial é constituído pelos jornalistas que tratam da recolha, tratamento e divulgação da informação.” (Santos, 2007: 36).

Uma redação funciona com rotinas de produção e para compreender isso é necessário conhecer alguns conceitos usados no dia-a-dia nestas empresas. Adelino Gomes, jornalista e investigador, esteve em observação nas redações da RTP, SIC e TVI e registou no livro *Nos Bastidos dos telejornais* os episódios que marcaram esta investigação e que o levaram a compreender quais os critérios editoriais e o que mais causa pressão numa redação.

A partir dessa obra foi possível retirar alguns conceitos imperativos a este trabalho. Adelino Gomes definiu telejornal como “qualquer espaço diário dedicado pelas televisões à atualidade noticiosa”. (Gomes, 2012: 393). Este nome é uma marca da informação da RTP, um nome histórico do canal televisivo estatal referente ao espaço informativo das 20 horas. Apesar de na SIC e na TVI estes espaços terem nomes diferentes, Jornal da Noite e Jornal das 8, respetivamente; na “linguagem corrente” todos os espaços noticiosos televisivos são chamados de Telejornais. Por isso mesmo e para facilitar a compreensão deste trabalho todos os jornais televisivos das diferentes estações vão seguir a marca da RTP e serão chamados de Telejornais.

Os Telejornais são guiados por um pivot, o jornalista em estúdio que lança as reportagens feitas pelos jornalistas da redação que estiveram ou não no terreno.

Tanto os jornalistas, como o pivot, o coordenador do jornal e toda a equipa técnica na régie da emissão têm acesso a um documento chamado alinhamento. Trata-se de uma “sequência de notícias e restantes peças de um noticiário (televisivo ou radiofónico). A ordenação segue critérios de valorização editorial e outros, próprios do meio e de cada estação, visando manter o interesse da audiência” (Gomes, 2012: 391). Durante a emissão de um telejornal é frequente que existam alterações ao alinhamento prévio, o que pode acontecer em situações de última hora, por questões técnicas ou por atrasos na construção de uma peça.

As redações seguem rotinas de produção e “falar em rotinas produtivas dos jornalistas é falar nas suas vivências do dia-a-dia, que, contrariamente ao que o termo possa indicar, nem sempre são monótonas.” (Jerónimo, 2015: 11).

O dia numa redação de televisão deve começar com uma reunião de coordenadores e editores ou, melhor, com uma conferência de redação. O objetivo é fazer uma “instância crítica de análise do trabalho anterior e da decisão editorial sobre as grandes linhas noticiosas do dia” (Gomes, 2012: 391). Depois de decididas as diretrizes a seguir, os repórteres são enviados para o local para fazer as respetivas peças noticiosas para os vários espaços

informativos do dia. Daquilo que assistiu nos bastidores das televisões, Adelino Gomes considerou que estas reuniões a que assistiu se afastaram da sua expectativa inicial:

A conferência de redação, que gerações de jornalistas se acostumaram a ver como *sacred center* de reflexão crítica do trabalho feito e de definição das prioridades para cada jornada informativa, parece transformada em mera instância burocrática de apresentação do menu informativo de cada editoria. (Gomes, 2012: 265).

As rotinas de produção também “são aquelas que envolvem os processos de apurar, recolher e compilar informação, redigindo-a, sob a forma de notícia.” (Jerónimo, 2015: 10). Mas aquilo que é decidido nas conferências de redação e mais tarde, durante o dia de trabalho – decisões como duração, ângulo de abordagem, ordem no alinhamento, são tomadas pelos *gatekeeper*. É este que:

começa a esboçar o telejornal, na reunião da manhã. Que o vai atualizando, ao longo do dia. Que o “fecha”, momentos antes de ele entrar no ar. E que nele mexe, introduzindo, mudando ou retirando peças, em função da marcha dos jornais concorrentes, que acompanha através de uma bateria de televisores colocados em frente, na régie. (Gomes, 2012: 295).

Como é que um assunto se torna notícia

A teoria do *Gatekeeping* ou da ação pessoal foi pensada nos anos 50 por David Manning White. O termo refere-se à pessoa que toma decisões “numa sequência de decisões”. Traquina (2002) explica esta teoria comparando as escolhas a fazer com os tais “portões”. Estes “portões” abertos ou fechados pelo *gatekeeper* decidem se um assunto é notícia ou não. A teoria de White tira a subjetividade à agenda dos jornalistas, visto que “o processo de seleção é pessoal e arbitrário; as decisões do jornalista eram altamente subjetivas e dependentes de juízos de valor baseados no conjunto de experiências, atitudes e expectativas do *gatekeeper*” (Traquina, 2002:78). Por isso, embora não sejam os pivots do telejornal e não sejam caras conhecidas nas estações:

os coordenadores dos jornais das 20 das três estações generalistas portuguesas são, pelo impacto e pelas audiências, dos jornalistas mais importantes do país: pelo papel que desempenham na escolha, duração e ordenação das peças; pela dimensão das audiências; e pelo impacto da televisão no sistema mediático nacional. (Gomes, 2012: 295).

Além do *Gatekeeping*, são várias as teorias que preveem a forma como um acontecimento ou tema chega aos alinhamentos ou às capas dos jornais. O conceito de noticiabilidade explica precisamente “o conjunto de critérios e operações que fornecem a

aptidão de merecer um tratamento jornalístico, isto é, de possuir valor como notícia.” Estes critérios são então os que têm de estar presentes para que os assuntos se tornem “matéria noticiável” (Traquina, 2002: 173). Os critérios de noticiabilidade são conhecidos como “valores-notícia”.

Para a produção de notícias, Traquina descreve cinco valores-notícia: a disponibilidade, o equilíbrio, a visualidade, a concorrência e o dia noticioso. A disponibilidade refere-se à capacidade de uma empresa de cobrir o evento ou o assunto; este critério pode ser posto em causa por contenção de custos. O equilíbrio diz respeito à “necessidade de produzir uma informação diversificada”, não dando demasiado ênfase a um acontecimento. O terceiro critério da visualidade é muito importante no universo televisivo, ou seja, se há imagens disponíveis sobre o assunto que se pretende cobrir. A concorrência diz respeito à forma como os outros meios de comunicação social estão a proceder e, por fim, o dia noticioso diz respeito às fases inconstantes de uma redação e à velocidade e interesse noticioso. Este último critério diz respeito a dias em que há muitos assuntos a noticiar ou a dias monótonos, nas alturas de férias, por exemplo, em que existe falta de eventos a noticiar. (Traquina apud Cardoso, 2016:11).

Além destes critérios existem também valores-notícia de seleção que se referem a critérios usados pelos jornalistas “na decisão de escolher um acontecimento como candidato à transformação em notícia, e esquecer outro acontecimento” (Wolf apud Traquina, 2002: 186). São exemplos destes critérios, situações que envolvam mortes, visto que “onde há morte, há jornalistas”; a notoriedade da pessoa a que diz respeito o assunto, a proximidade do local onde determinado acontecimento ocorreu, a relevância que o assunto tem para os espetadores/leitores. O conceito de novidade e o fator tempo também não são esquecidos. É notícia aquilo que é atual, que é novo e o fator tempo implica o gancho noticioso como a celebração anual de uma efeméride. Segundo Traquina, assuntos inesperados que reflitam a ideia de “o homem que mordeu o cão”, o conflito, a controvérsia, a violência e a infração têm sempre espaço nos alinhamentos. (Traquina, 2002: 187/192).

Adelino Gomes afirma que “a atualidade e a novidade constituem valores-noticias centrais” necessários principalmente nos canais televisivos com noticiários a ocorrer num “fluxo informativo contínuo” (Gomes, 2012: 140).

Para esta investigação é importante perceber-se o critério de que se trata a proximidade como valor-notícia. O interesse de um assunto depende da distância geográfica a que aconteceu, o que deu origem à Lei McLurg. Esta teoria surgiu a partir da ideia de um *gatekeeper* Britânico que acreditava que quanto mais longe os acontecimentos fossem de Londres menos interesse teriam; por isso “na imprensa, a morte de um inglês equivale à morte de cinco franceses, de 20 egípcios, de 500 indianos e de mil chineses.” (Gomes, 2012: 142). Um dos exemplos dados por Traquina é que “um acidente de viação com duas vítimas mortais

em Cascais poderá ser notícia num jornal de Lisboa, e, possivelmente, com maior dificuldade, num jornal do Porto, mas dificilmente num país estrangeiro”. (Traquina, 2002: 188). A proximidade, além de ser considerada geograficamente, no caso de critério de seleção pode também ser considerada culturalmente.

Tuchman acredita que, para conseguir encontrar eventos e acontecimentos que possam ser alvos de noticiabilidade, os órgãos de comunicação social devem estender uma rede noticiosa. Nesse sentido, e “impondo ordem no espaço”, conseguir-se-ia cobrir “acontecimentos noticiáveis [que] ocorrem em certas localidades e não em outras”. (Traquina, 2002: 107). O facto de esta rede noticiosa que Tuchman propõe leva a que certos acontecimentos e certas zonas de Portugal, o “resto do país” como Traquina considera, só sejam notícia quando existem casos de “desordem natural”, “tecnológica”, “social” e “desordem moral”. Além deste critério que considera tratar-se de assuntos inesperados, Traquina diz que o tal “resto do país” só é notícia quando existe critério de notoriedade, ou seja, “quando serve de palco para as deslocações de autoridades institucionais, nomeadamente o Presidente da República, o primeiro-ministro, ministros, líderes de partidos políticos” (Traquina, 2002:108).

Para por “ordem no espaço” da rede noticiosa, Tuchman propõe que os órgãos de comunicação utilizem a “territorialidade geográfica”, ou seja, que o mundo seja dividido em áreas de “responsabilidade territorial”, que se use a “especialização organizacional” em que os jornalistas se tornam “sentinelas” atentos a determinadas organizações e a “especialização em termos de temas”, pretendendo a divisão das redações em secções como economia, política, sociedade, como existe em algumas empresas portuguesas. (Traquina, 2002: 107).

Uma rede noticiosa que não funcione e que esteja presa no tempo e no espaço da redação fará com que determinados assuntos não sejam noticiados e, por isso, “a relevância da distribuição da rede noticiosa é uma questão central no processo de produção da notícia” (Traquina, 2002: 108/109).

Embora em teoria os valores-noticias facilitem a construção de um alinhamento em que o objetivo é informar, há quem critique a força das administrações, o poder económico e a pressão das audiências nas redações:

Já não se valorizam os valores-notícia tradicionais que se conjugavam no sentido de ajudar os jornalistas a construir uma imagem fidedigna do mundo. Agora, esses “new values” declinam-se mais com traços do “dramático, divertido, espetacular” (Meyer,2003:12), considerados mais propensos para atrair facilmente audiências. (Lopes, 2011: 5).

A função social das Televisões e as audiências

O jornalismo tem como principal função informar e ajudar a que as pessoas compreendam o que se passa no mundo. A televisão como meio em que o jornalismo é perpetuado acrescenta as funções de entreter, divertir e informar. Enquanto meio que une pessoas e que cria temas de conversa e fomenta o diálogo, é preciso lembrar a “função social” da televisão e, claro, de todos os media:

Os meios de comunicação social poderiam ser o instrumento de ampliação do debate e da discussão racionais, os veículos de progressão social. Era essa, aliás, a função da imprensa junto dos públicos clássicos. Mas o caminho que seguiram foi outro. (Coelho, 2005: 229).

Pedro Coelho (2005) fala da televisão e do jornalismo televisivo de proximidade, explicando a necessidade “romântica” de afirmar o local perante o global considerando até que “a televisão é, indiscutivelmente, o médium que mais apela e impõe um mundo global.” (Coelho, 2005:73). Esta globalização em que os Estados Unidos da América ficam mais “perto” de Lisboa do que por exemplo uma vila no Alentejo pode também dever-se ao facto de que “o mundo copia o modelo americano em termos de forma e conteúdo”, visto que a agenda informativa é “maioritariamente fornecida por um pequeno número de agências noticiosas, todas anglo-saxónicas” (A.Smith in Morley,D. et all, 1995, apud Coelho, 2005: 74). Para esta globalização autoimposta pelos meios de comunicação social e que prejudicam a “cidadania” e a “identidade” da população espetadora:

ao cidadão comum resta reforçar os laços que o ligam à sua região, forjando ou reforçando uma identidade regional e local. Positiva, num primeiro momento, mas facilmente empolada podendo dar origem a identidades bairristas que se impõem, por oposição, a identidades rivais. (Coelho, 2005: 134).

Nesse sentido, a investigação de Coelho dá sugestões para se desenvolver e reforçar a “identidade regional e o desenvolvimento da própria região.” (Coelho, 2005: 153). Neste trabalho pretende-se, contudo, perceber se o local tem espaço em ambiente global.

Pretende-se compreender se as especificidades e diferenças dos povos estão ou não presentes nas televisões nacionais, tendo em conta que em Portugal a norma será seguir Lisboa, centro onde se encontram os decisores e também as empresas de comunicação. Num país como Portugal, com mais de 10.325,452 habitantes (FFMS, 2017) e sem a presença de emissoras televisivas de âmbito regional ou local em canal aberto, resta pensar se também não deveria existir espaço para o local dentro do global que é um alinhamento de um telejornal.

Pedro Coelho (2005) explica com a sempre presente luta por audiências e as pressões económicas das empresas detentoras de órgãos de comunicação social:

o caminho das notícias transformadas em mercadoria condiciona a função desses media, assumindo estes, muito mais, o papel de empresas cujo único objetivo é o lucro, que será tanto maior quanto mais forem os leitores, os ouvintes ou os espetadores; os conteúdos rendem-se, por isso, à lógica da maximização das audiências, pondo de lado, inevitavelmente, o interesse social. (Coelho, 2005: 155).

Resta neste capítulo de enquadramento teórico falar sobre esta sombra que parece ser a causa de todos os males no Jornalismo Televisivo: as audiências. Na sua investigação nas redações portuguesas, Gomes concluiu que “quase 80 por cento dos 212 inquiridos disseram concordar ou concordar totalmente com a afirmação de que, na sua prática profissional, a concorrência e as audiências se impõe à relevância dos acontecimentos.” (Gomes, 2012:199). Os inquiridos neste trabalho de Gomes dizem que “o critério da importância deve ocupar lugar de relevo na organização do alinhamento, mas impõe-se um compromisso entre o imperativo jornalístico e a necessidade de garantir audiências” (Gomes, 2012: 291). Diariamente os jornalistas recebem os resultados do dia anterior e são até incentivados a consultá-los para compreenderem o que funcionou ou não durante o dia noticioso.

A audiência “simplesmente refere-se aos leitores, espectadores ou ouvintes de um ou outro media ou de algum tipo de conteúdo ou performance” (McQuail, 1997: 1). A quantidade de pessoas a que um programa chega ou o tempo que um espetador passa a ver determinada emissão traduz-se no sucesso do canal e posteriormente em venda de publicidade. A esta explicação linear resta acrescentar que os formatos são por vezes alterados de forma a captar mais audiência visto que os espetadores “tendem a procurar programações que lhes ofereçam ao mesmo tempo informação, drama e imagens fascinantes. Para captar audiências, pois, não basta comunicar através do modo informativo.” (Gomes, 2012: 327).

Thussu fala em “espetáculo de notícias” resultado do interesse do resultado das audiências com o jornalismo (Thussu, 2007 apud Lopes, 2011: 40). Já Lopes considera imperativo “encontrar um ponto de equilíbrio” para que a informação e os alinhamentos sejam “espaços mais participativo, mais imune ao voyeurismo e mais preocupado com as questões relevantes dos vários campos sociais.” (Lopes, Loureiro, 2011: 55).

O cidadão e espetador, diz Coelho, “integra uma massa de recetores de informação passivamente exposta aos efeitos dos meios de comunicação social e das máquinas de propaganda, instrumentos de que essa elite se serve para padronizar a sociedade.” (Coelho, 2005: 227). Esta situação é posta em causa visto que as audiências, além de renderem dinheiro publicitário podem também ser razões para influências de determinado poder,

empresa e agenda. McQuail diz mesmo que “o desejo de capacidade de influência política e social é uma ambição comum para os donos de empresas de media e editores”. (McQuail, 1997: 115).

2 Reconhecimento da identidade nos media

A taxa de penetração da televisão em Portugal é de 99%, segundo dados já explanados anteriormente. Por isso mesmo existe a função social das televisões que pretendemos perceber se representam o país ou uma área determinada. A importância da função social é também necessária para o reconhecimento, representação e até preservação da identidade.

Taylor (1994) explica a identidade como “a maneira como uma pessoa se define, como é que as suas características fundamentais fazem dela um ser humano.” (Taylor, 1994: 45). A esta definição o autor acrescenta que é “aquilo que nós somos.... O ambiente no qual os nossos gostos, desejos, opiniões e aspirações fazem sentido.” (Taylor, 1994: 54). Giddens (2001) acrescenta que “a identidade está relacionada com os entendimentos que as pessoas têm acerca de quem são e do que é importante para elas” e que “O género, a orientação sexual, a classe social, a nacionalidade ou a etnicidade são algumas das principais fontes de identidade” (Giddens, 2001: 29).

Apesar de cada pessoa ter a sua identidade, a definição da mesma não é estanque. A identidade que criamos está em constante “processo de mudança e transformação”, explica Hall (2000):

Têm a ver não tanto com as questões «quem nós somos» ou «de onde nós viemos?», mas muito mais com as questões «quem nós podemos nos tornar», «como nós temos sido representados» e «como essa representação afeta a forma como nos podemos representar a nós próprios.» (Hall, 2000: 109).

Visto que “não há identidades fixas e que o processo de construção nunca está acabado” (Cunha, 2007: 191), todo e qualquer acontecimento pode ajudar a marcar uma identidade pessoal ou coletiva. “A identidade pessoal diferencia-nos enquanto indivíduos, dizendo respeito ao sentido de um «eu» único que resulta do desenvolvimento pessoal e da interação constante de um indivíduo com o mundo exterior.” (Giddens, 2001: 46).

Dentro da identidade coletiva é possível encontrar identidades dirigidas ao local, seja nacional, regional ou ainda mais fechado, direcionado por exemplo à rua onde determinada pessoa cresceu. Todas as tradições, momentos, lugares e principalmente a história podem ajudar a construir a identidade de local. Neste caso, Rose explica que “uma forma em que a identidade está relacionada a um local é pelo sentimento que é ali que se pertence. Seja um

local em se está confortável, ou em casa, porque parte do que nos define é simbolizado por certas qualidades daquele local.⁴” (Rose, 1995: 89).

O “sentimento de pertença”⁵ é explicado por Gillian Rose no capítulo *Place and identity: a sense of place*. Trata-se de um conceito usado principalmente na geografia e pretende “dar ênfase ao significado que os locais têm, visto que são foco de sentimentos.” (Rose, 1995: 88). Este sentimento pode ser relacionado em escalas diferentes, de forma global ou “intensamente locais” e pode ser representado de diferentes formas. Seja por “romances, pinturas, políticas estrangeiras ou domésticas, música, filmes, publicidade, a paisagem construída e cultivada, as conversas do dia-a-dia e muitas outras.” (Rose, 1995: 96/97).

O “sentimento de pertença” é imperativo ao desenvolvimento da identidade. T.S.Elliot (1988) explica que “É importante que um homem se sinta não somente um cidadão de uma certa nação, mas um cidadão de uma certa parte de sua nação, com lealdades locais. Estas, assim como a lealdade à classe, nascem da lealdade à família.” (T.S.Elliot, 1988: 69,70).

Na obra *Patrimônio e Identidade* de Vieira e Magalhães (2009), os autores explicam o que permite a identificação de um povo e “fabrica a identidade” deste. São “os museus... os monumentos que se inscrevem na história de uma nação ou de uma região (...) o patrimônio imaterial, sejam as canções, as danças, os provérbios, os mitos, as romarias ou as feiras” que permitem o “reforço e coesão do “nós” social.”:

Assim se constrói a memória de um povo, de uma aldeia, de uma freguesia, de um concelho, de um distrito, de uma região, de um país. São as imagens do passado e a ritualização da memória, ainda que usando sempre a (re) invenção da tradição, que reforçam a ordem social presente. (Vieira, Magalhães; 2009:7).

T.S.Elliot (1988) introduziu a importância do atrito em sociedade propondo “que tanto a classe como a região, por dividirem os habitantes de um país em dois tipos distintos de grupos, levam a um conflito favorável à criatividade e ao progresso.” O autor acrescenta que, visto que nos desenvolvemos e à nossa identidade também devido às “pessoas com as quais nos encontramos no decurso de nossas vidas”, beneficiamos de todos os encontros igualmente das “diferenças quanto às semelhanças; ao conflito, tanto quanto à simpatia, entre as pessoas.” (T.S.Elliot, 1988: 78). Backhurst e Sypnowich (1995) acrescentam que cada um argumenta em relação à sociedade e ao ser social com “um sentimento forte e urgência e provocam-se respostas críticas também de forma apaixonada⁶.” (Backhurst, Sypnowich, 1995:1). Este atrito pode traduzir-se em discussões em que o tema é “a minha terra/local/tradição é melhor que a tua”. Estas têm sempre tendência para serem animadas

⁴ Todas as citações de Gillian Rose tratam-se de traduções livres.

⁵ Sense of place em Inglês. Tradução Livre

⁶ Tradução Livre

em argumentos apaixonados de sentimento de pertença, por isso “as identidades são construídas por meio da diferença e não fora dela.” (Hall, 2000, 110).

A importância de explicar a identidade e o sentimento de pertença nesta dissertação deve-se a preencher um dos objetivos que é perceber até que ponto os portugueses e os lisboetas se sentem representados nos órgãos de comunicação social. Como Giddens (2001) afirma “Os media não proporcionam só entretenimento, mas fornecem e moldam muita da informação sobre a qual nós agimos na nossa vida quotidiana.” (Giddens, 2001: 488). No objeto desta pesquisa, a informação televisiva, há que ter em conta “que grande parte da população não lê jornais, os noticiários televisivos tornam-se assim uma fonte de informação crucial sobre os acontecimentos mundiais.” (Giddens, 2001: 462).

A homogeneização é mais fácil nos órgãos de comunicação social, principalmente se tivermos em conta que todas as redações portuguesas de canais generalistas de acesso livre, objeto desta dissertação, estão sediadas em Lisboa. Esta não é uma situação que obrigatoriamente levará ao “esvaziamento da identidade”; no entanto, vários são os autores que põe esta situação em causa e claro que não apenas em Portugal. Um dos aspetos negativos da comunicação em massa, segundo o Dicionário de Comunicação de Barbosa e Rabaça, é “difundir uma cultura homogênea, destruindo as características culturais de cada grupo etário” como cita Alexandre. (Alexandre, 2001: 115).

Angrisano e Silva (2014) afirmam até que os media tentam tornar a imagem de identidade homogeneizada em real e que as pessoas se posicionam perante a realidade:

Vivemos em uma sociedade em vias de mediação, na qual os meios alteram, de forma inexorável, os processos sociais, culturais e a inteligibilidade da vida. O real afirmado pelos media tenta se tornar, de todas as formas, o único e legítimo real. Nesse caso, a partir de uma vocação representacional, os media empacotam identidades em forma de pílulas para serem consumidas. A televisão tem suma importância nesse processo, por ainda ser a media de maior consumo pela população e utilizar de recursos indiciários para se aproximar do real social. (Angrisano e Silva, 2014: 130).

A representação nos media foi estudada tendo em conta “minorias” e “maiorias”, em questões de género, raciais ou de escolhas sexuais. A “minorias” é então considerada como “invisível e estereotipada de forma difamante” (Gross, 1998: 89). Os estereótipos podem surgir perante várias mensagens, muitas deles muito subliminares. Se pensarmos na questão de identidade e sentimento de pertença, os sotaques nas novelas são muitas vezes exagerados e, nas redações, jornalistas com pronúncia a trabalhar em redações em Lisboa rapidamente aprendem a disfarçar a diferença. Gross (1998) acrescenta que “a experiência das minorias na sociedade em massa irá sempre incluir uma dieta de imagens criada para as “maiorias” e que refletem as suas experiências e interesses.” (Gross, 1998: 93).

Não querendo caracterizar as identidades menos representadas como minorias, vai ser importante conhecer a opinião dos locais quando ao reconhecimento. Taylor (1994) explica a exigência do reconhecimento visto que:

a nossa identidade vai ser formada, em parte, pela existência ou inexistência de reconhecimento e, muitas vezes, pelo reconhecimento incorreto dos outros podendo uma pessoa ou grupo de pessoas serem realmente prejudicadas, serem alvo de uma verdadeira distorção, se aqueles que os rodeiam refletirem uma imagem limitativa, de inferioridade ou de desprezo por eles mesmos. (Taylor, 1994: 45).

A representação social, no entanto, refere-se “ao posicionamento e localização da consciência subjetiva nos espaços sociais, com o sentido de constituir percepções por parte dos indivíduos” (Alexandre, 2001: 111/112). Neste caso, refere-se à perspectiva dos outros perante determinada identidade. Pinto (1991) explica que “é importante não se perder nunca de vista que as identidades sociais se constroem por integração e por diferenciação, com e contra, por inclusão e por exclusão” (Pinto, 1991: 219). Assim sendo, torna-se necessário e quiçá até uma função social da televisão dar acesso a representações credíveis e confiáveis das diferentes identidades do País e suas tradições, costumes, valores.

CAPÍTULO II: Enquadramento Metodológico

1 Objeto de Investigação: o problema

As principais redações dos canais generalistas de televisão nacionais estão em Lisboa. É a partir da capital que é feita a grande parte da informação que faz parte dos alinhamentos dos telejornais. Nesse sentido e, tendo em conta tudo o que foi refletido na Revisão Bibliográfica, um dos principais objetivos deste trabalho é perceber como funciona a divisão num alinhamento de conteúdo produzido sobre e nas áreas metropolitanas de Lisboa e Porto.

Uma das perguntas de partida a que este trabalho pretende também responder é como se sentem os telespetadores com a representação de ambas as cidades nos telejornais. No final, pretende-se compreender se existe realmente uma diferença nos alinhamentos perante a presença de conteúdo informativo das cidades, se as peças de cada cidade são tendencialmente positivas, negativas ou neutras e também se as cidades são mais ou menos representadas do que os telespetadores percecionam. Uma das hipóteses que se pretendem confirmar é se há menos notícias sobre o Porto do que sobre Lisboa, tendo em conta que as redações centrais se situam na capital. Deste modo, o objetivo é perceber se os portugueses percecionam que há mais notícias sobre Lisboa que do Porto e se os lisboetas percecionam que há igual cobertura noticiosa entre as cidades.

O objetivo é perceber se realmente existe um problema quanto à representação das identidades dos telespetadores de ambas as áreas e também se a presença é igual em número. Tendo em conta a ideia de identidade homogeneizada e o papel dos media, como explicado acima, na criação e alteração de identidades é importante perceber se os Telejornais estão também a contribuir para o desenho de uma identidade padronizada em que as tradições, valores e culturas específicas são deixadas para trás.

A análise vai então ser dividida em dois métodos para responder às perguntas. Será feita a análise de conteúdo dos Telejornais nacionais e vai ser levado a cabo um inquérito.

2 Os Telejornais como objeto da análise

Em Portugal, ver o telejornal para se manter informado ainda é uma tradição de família. Embora com os números a alterarem-se devido ao aumento de pessoas a informar-se através dos diferentes dispositivos móveis, dados de 2015 ainda dão 99% de taxa de penetração à televisão. (Cardoso et al., 2016, p.13). Pela importância que os Telejornais ainda têm no acesso à informação para a grande maioria dos portugueses torna-se, assim, o objeto de análise mais representativo para levar a cabo esta investigação.

Os canais escolhidos para serem analisados neste trabalho são a RTP, a SIC e a TVI. Trata-se de órgãos de comunicação generalistas e de acesso livre e por isso são também aqueles a que a população tem facilidade de assistir. Assim sendo, existe maior probabilidade de conhecimento das práticas das empresas e de terem criado opinião sobre a representação nos alinhamentos. Quanto à escolha do bloco informativo das 20 horas, enunciado neste trabalho como telejornal, deve-se ao facto de tradicionalmente se tratar do espaço mais longo e completo da cobertura noticiosa de uma estação. Os assuntos mais importantes do dia têm sempre lugar de alinhamento no telejornal.

Organização do trabalho de campo

Os períodos escolhidos para esta investigação foram selecionados de forma a cobrir diferentes meses do ano e diferentes semanas do mês. Ou seja, vão ser analisadas semanas de dois em dois meses, sempre com o avanço de uma semana. Sendo assim, foram analisadas de domingo a sábado, as semanas completas de 4 a 10 de dezembro de 2016, 12 a 18 de fevereiro, 16 a 22 de abril e 25 de junho a 1 de julho de 2017.

Foram então analisados 28 dias de emissão que perfazem o total de 28 Telejornais por estação, ou seja, 84 espaços de informação.

A recolha foi feita sobre todas as peças noticiosas dos diferentes géneros com enfoque nas áreas metropolitanas de Lisboa e Porto. De Lisboa vão então ser recolhidas todas as peças jornalísticas dos 18 municípios das sub-regiões da Grande Lisboa e da Península de Setúbal. Perfaz um total de 2 921,90 km² e conta com 2 821 876 habitantes⁷ divididos pelos municípios de Alcochete, Almada, Amadora, Barreiro, Cascais, Loures, Mafra, Moita, Montijo, Odivelas, Oeiras, Palmela, Seixal, Sesimbra, Setúbal, Sintra e Vila Franca de Xira. Já da área metropolitana do Porto fazem parte 17 municípios e ocupa 2 040 km². Nos municípios de Arouca, Espinho, Gondomar, Maia, Matosinhos, Oliveira de Azeméis, Paredes, Porto, Póvoa de Varzim, Santa Maria da Feira, Santo Tirso, São João da Madeira, Trofa, Vale de Cambra, Valongo, Vila do Conde e Vila Nova de Gaia habitam 1 700 000 portugueses.

Vão ser recolhidas todas as peças informativas, dos diferentes géneros, exceto as que recaem em assuntos como eventos políticos e desportivos calendarizados e tudo o que é considerado assunto nacional como política e economia. Ao evitar estes assuntos não há contaminação, visto que por exemplo dois dos três grandes clubes de futebol portugueses estão localizados em Lisboa, assim como a Assembleia da República e a Presidência. No entanto, para que seja possível confirmar que realmente o “resto do país” só tem notoriedade nos órgãos de comunicação social quando recebe visitas de autoridades ou membros do Governo, vão ser registadas notícias sobre os temas excluídos que tenham como personagem

⁷ Informação disponível em <http://aml.pt/index.php>. Acesso em 11/08/2017.

principal as principais entidades nacionais em visita aos locais em estudo. (Traquina, 2002:108).

Codificação da Recolha

O Manual de Jornalismo de Televisão, de Jorge Nuno Oliveira (2007) ajudou a que fossem adaptados os géneros televisivos para a recolha a por em prática. As peças vão ser então divididas em:

- Off: “o apresentador de televisão lança imagens enquanto continua a falar sobre elas”. Podem ser usados em assuntos com pouco interessa noticioso ou em questões de última hora, quando um repórter ainda se encontra a caminho do local.
- Off boca: Trata-se de um off seguido de depoimentos, bocas, que acrescentam e dão validade ao off.
- Peças de telejornal: entendemos como peças curtas, lidas e escritas por um repórter na redação e editadas, possivelmente, com recurso a imagens de arquivo da emissora.
- Reportagem de telejornal: o jornalista foi ao local e recolheu a informação em primeira mão. Tem depoimentos de testemunhas, especialistas ou envolvidos. Podem também ser acompanhados de vivos dos jornalistas.
- Grande Reportagem ou Documentário: Trata-se de reportagens longas e de investigação. Seguem diretrizes como “Maior tempo de produção e de preparação. Maior tempo de execução. Recurso a meios e técnicas muito sofisticadas, quer do ponto de vista operacional, quer do ponto de vista jornalístico-televisivo.” (Oliveira, 2007).

Além dos géneros acima descritos serão também registados acontecimentos que envolvam diretos e últimas horas. O direto pode ser seguido de reportagens ou peças de telejornal. O jornalista fala com os telespetadores a partir do local do acontecimento noticioso. Já a última hora trata-se de acontecimentos inesperados que interrompem o alinhamento. Normalmente são assuntos que “se não forem relatados de imediato perdem a sua atualidade” (Shoemaker apud Cardoso et al., 2016: 12).

Quanto ao registo de local vão ser tidos em conta indicadores da “proximidade da notícia”. Segundo Belo, A., Shoemaker, P., Silveira, J. (2003) “A proximidade refere-se à posição geográfica do acontecimento face à localização de quem emite a notícia”, ou seja, os indicadores Lisboa e Porto dizem respeito a um “acontecimento ocorrido” nestes locais. Além de Lisboa e Porto vão ser também registados os municípios.

Já quanto ao tratamento geográfico de uma notícia, não são escolhidos os indicadores Lisboa ou Porto caso a notícia seja tratada no âmbito nacional. A autora explica que “o

assassinio de um estudante em Lisboa (proximidade: Lisboa), pode ser abordado num âmbito nacional se for focado numa perspectiva de um aumento da criminalidade no país, e acompanhado, eventualmente, por estatísticas nacionais” (Belo, A. et al., 2003: 8/9).

Seguindo ainda esta codificação, neste trabalho vai ser também analisada a valência de uma notícia com a classificação “positiva”, “neutra” e “negativa”. Visto que uma notícia positiva ou neutra para uma pessoa pode ser negativa para outra é adotado o senso comum e “adoptou-se a classificação que seria supostamente considerada pela maioria dos receptores da notícia”. Uma notícia “negativa” será a representação negativa de um acontecimento ou um assunto que transmite uma mensagem desfavorável como “assalto a um banco, rapto ou assassinio”. Uma notícia de valência “positiva” será então sobre um assunto ou com uma perspectiva positiva para a maioria da população, já uma notícia é considerada “neutra” quando não afeta nem positivamente nem negativamente a população.

Para a categorização quanto à temática da notícia vão ser seguidas as diretrizes do NewsCodes do International Press Telecommunications Council (IPTC). Trata-se de um consórcio internacional que conta com mais de 50 empresas e organizações ligadas à comunicação social, ou seja, “reúne as principais agências de notícias, editores e vendedores da indústria⁸”. O IPTC tem padrões criados que pretendem “simplificar a distribuição de informações”. O NewsCodes trata-se de conceitos que facilitam a codificação de notícias, nos mais diferentes formatos; a árvore de termos usada tem 17 conceitos, sendo que cada é estendida de 3 a 5 níveis. As especificações destes subníveis não são imperativos ao método utilizado, por isso, as peças analisadas serão divididas nos 17 termos. Estes são artes, cultura e entretenimento; crime, lei e justiça; acidentes e desastres; economia, negócios e finanças; educação; ambiente; saúde; interesse humano; trabalho; estilo de vida e lazer; política; religião; ciência e tecnologia; questões sociais; desporto; distúrbios, guerras e paz; e por fim meteorologia.

A esta grelha vai ser também incluída uma secção observações onde vão estar assuntos como a presença do personagem principal, eventos ou cobertura que tem como base contratos de *media partners* e outras que possam surgir durante a visualização da amostra.

⁸ Informação disponível em <https://iptc.org/about-iptc/> e <https://iptc.org/standards/newscodes/>. Acesso em 14/08/2017.

3 Questionário

Durante uma semana, de 14 a 21 de setembro de 2017, o questionário “Representação de Lisboa e Porto no Jornalismo – a prática dos telejornais vs a percepção dos telespetadores” foi partilhado a partir das redes sociais Facebook e LinkedIn e recolheu 240 respostas.

O questionário, construído na ferramenta Google Forms, estava dividido em quatro secções. A primeira pretende desenhar o perfil do inquirido e “captar características pessoais (como sexo, idade, raça, local de residência, naturalidade, escolaridade, estado civil, (..) meio onde este vive ou trabalha “. (Ferreira, 2014: 175). Nesta secção, uma das perguntas direciona o inquirido para as secções seguintes, ou seja, visto que o perfil pretendido do inquirido era que resida ou seja natural dos concelhos pertencentes à AML e à AMP, caso quem estivesse a responder não correspondesse a este critério, não tinha possibilidade de responder ao resto do inquérito. Nesta pergunta, o inquirido seria então também direcionado à secção correspondente da Área Metropolitana selecionada. No final da categorização, tendo em conta os concelhos que habitavam, os inquiridos eram direcionados a uma secção geral, que pretende responder a questões relacionadas com a satisfação pelos Telejornais.

Os questionários devem ser “de fácil resposta (...) e de imediata categorização” (Ferreira, 2014: 175) e, por isso, este foi construído para que o inquirido não demorasse mais de dois minutos a completá-lo. Sendo assim, foi dividido pelas secções já explanadas acima e na página inicial foi introduzido o objetivo e a importância que teriam as respostas dadas pela seguinte descrição:

O objetivo deste questionário é compreender a percepção dos telespetadores portugueses tendo em conta a presença das cidades Lisboa e Porto nos espaços informativos em Televisão. Este método de pesquisa foi usado para a Dissertação de Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação do ISCTE. Além deste questionário foram analisados 84 blocos informativos do telejornal da RTP1, o Jornal da Noite da SIC e o Jornal das 8 da TVI.

Após esta explicação, e depois de ser desenhado o perfil e o inquirido ser direcionado para a página correspondente, encontravam a lista de todos os concelhos das áreas em análise. Além desta pergunta, ainda de perfil, na segunda secção, os inquiridos encontravam uma grelha com escala de avaliação de frequência para selecionar qual a emissora preferida para informação, dos três canais em análise nesta dissertação. A questão seguinte pede a concordância tem em conta diferentes situações; “A cobertura informativa representa de forma igual todo o país?”, “Em número de notícias, a Área Metropolitana de Lisboa está mais presente nas notícias que a Área Metropolitana do Porto?”, “Em número de notícias, a Área Metropolitana do Porto está mais presente nas notícias que a Área Metropolitana de Lisboa?”, “A sua identidade, tradições e valores são representados nos blocos informativos

televisivos?”. A ordem apresentada de Lisboa ou Porto, depende da área seleccionada, presente na secção.

A pergunta seguinte questiona os inquiridos quanto às áreas do país que consideram ser menos presentes nos conteúdos informativos e finalmente a última pergunta desta secção questiona quanto à percepção da representação positiva ou negativa da área de origem/residência.

A última secção “Satisfação nos Telejornais” os inquiridos seleccionam o grau de satisfação perante os diferentes blocos informativos das emissoras e explicam também a razão da insatisfação, caso a manifestem. Nesta última pergunta foram dadas oito opções de escolha; no entanto, foi dada a possibilidade de resposta aberta, para o inquirido escolher qual a sua razão de insatisfação.

CAPÍTULO III: Recolha e análise dos resultados

1 Análise do conteúdo televisivo

Foram recolhidos dados de todas as notícias referentes aos concelhos presentes nas Áreas Metropolitanas do Porto e Lisboa. No total foram identificadas 274 notícias em 84 noticiários ao longo de 28 dias.

Na recolha foi possível verificar que a Área Metropolitana de Lisboa representa 82% da amostra recolhida, perante 18% que representa a Área Metropolitana do Porto. Ou seja, 225 notícias sobre a AML e 49 sobre a AMP face ao total da amostra que era de 274. Sendo assim, é possível concluir a maior presença da Área Metropolitana de Lisboa nos Telejornais nacionais.

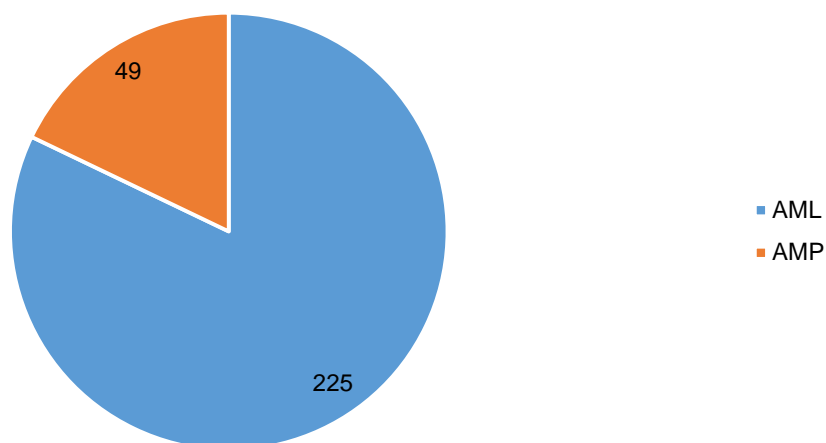


Figura 1- Presença das áreas metropolitanas do Porto e Lisboa nos telejornais da RTP, SIC e TVI ao longo de 28 dias. (N=274). Gráfico de elaboração própria.

O concelho mais presente no total é o de Lisboa, com 125 notícias que representam 46% da amostra. Em segundo lugar surge Cascais, com 36 notícias, que representam 13%. O concelho do Porto surge em terceiro lugar e com 28 notícias representa 10% da cobertura noticiosa presente na amostra. Para completar o Top 5 de concelhos mais presentes, surge Setúbal em quarto lugar que com 23 notícias representa 8% da amostra. Em último lugar do Top 5 ficou o Montijo que contou com 12 notícias e representa 4% da cobertura noticiosa.

Foi notado que uma das razões da presença elevada do Montijo deveu-se à discussão da construção do novo aeroporto de Lisboa neste concelho.

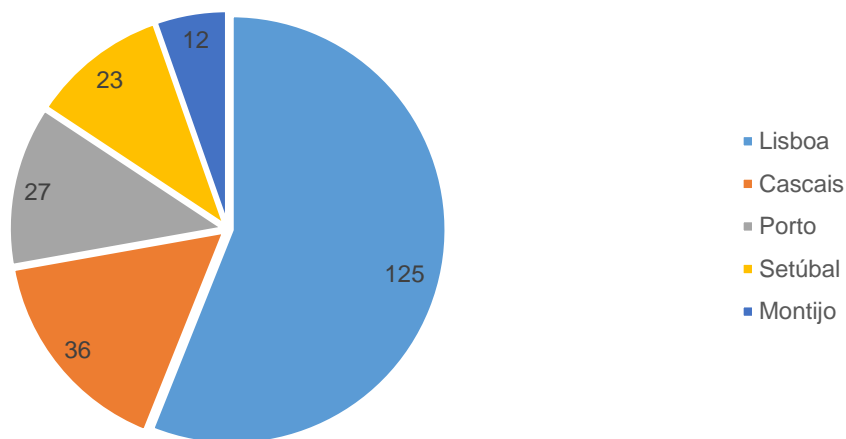


Figura 2- Cinco concelhos mais presentes nos telejornais da RTP, SIC e TVI ao longo de 28 dias. (N=274). Gráfico de elaboração própria.

Na cobertura da Área Metropolitana do Porto, a cidade-pólo do Porto representa 57% da amostra, ou seja 28 em 49 notícias. Em segundo lugar surge Matosinhos com 14% e um total de sete notícias presentes na amostra. Em terceiro surge Santa Maria da Feira com quatro notícias, 8% da amostra. Em quarto lugar, com duas notícias, ou seja 4 % da amostra, empatam os concelhos de Espinho, Maia, Oliveira de Azeméis e Vila Nova de Gaia. Apenas com uma notícia a representar os concelhos ficaram Arouca, Trofa e Vila do Conde. Os concelhos restantes presentes na Área Metropolitana do Porto – Gondomar, Paredes, Póvoa do Varzim, Santo Tirso, São João da Madeira, Vale de Cambra e Valongo - não tiveram ocorrências na amostra.

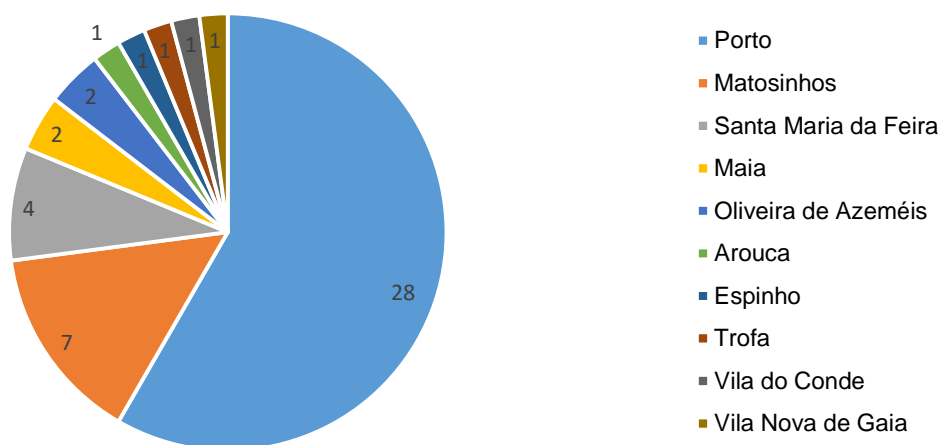


Figura 3- Concelhos da AMP mais presentes nos telejornais da RTP, SIC e TVI ao longo de 28 dias. (N=49). Gráfico de elaboração própria.

Na Área Metropolitana de Lisboa, apenas os concelhos de Amadora, Barreiro, Moita e Sesimbra não tiveram representação na cobertura noticiosa. No Top 5, para além de Lisboa (com 56%), Cascais (com 16%), Setúbal (com 10%) e Montijo (com 5%), que fazem parte também dos concelhos mais representados no total, surge o concelho de Palmela e Sintra, com 2%, com cinco notícias.

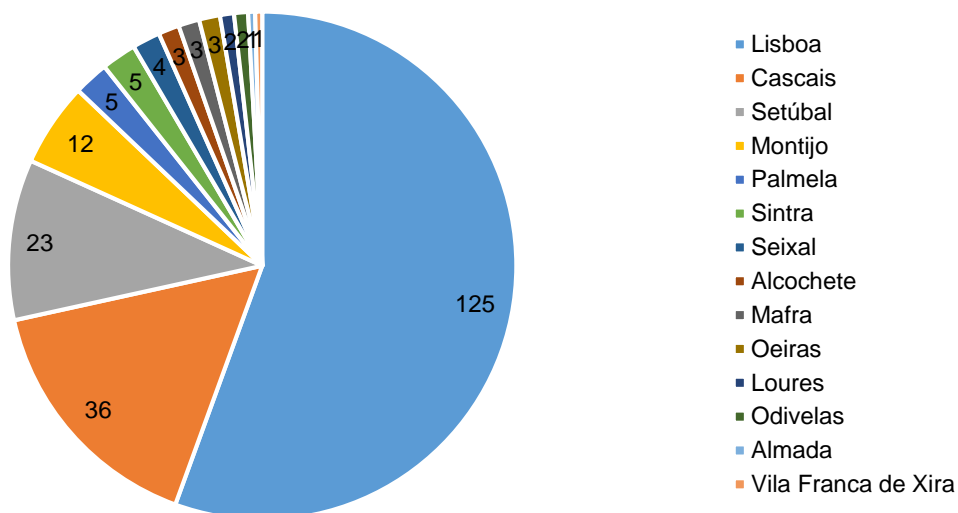


Figura 4- Concelhos da AML mais presentes nos telejornais da RTP, SIC e TVI ao longo de 28 dias. (N=225). Gráfico de elaboração própria.

Em números gerais, a TVI foi a mais presente nesta amostra, devido a ter nos seus alinhamentos mais notícias de local, neste caso das Áreas Metropolitanas do Porto e Lisboa, em estudo nesta dissertação. A TVI teve o total de 130 notícias, perante 81 da SIC e 63 da RTP. Com esta recolha foi também possível analisar semanalmente qual a emissora que teve maior cobertura de local das áreas em estudo.

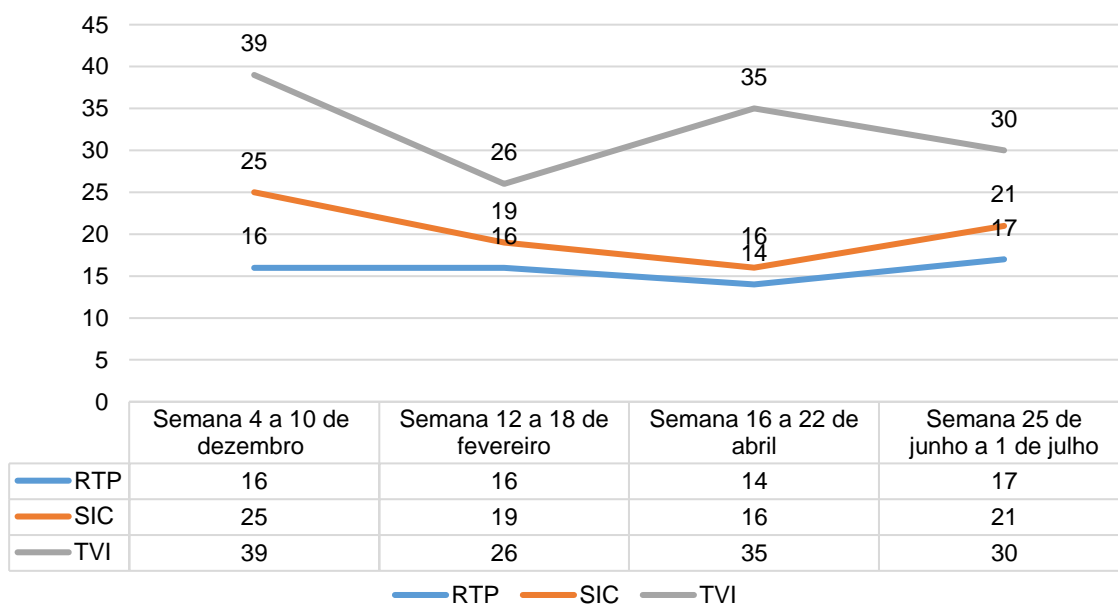


Figura 5- Transmissão de notícias sobre a AMP e AML, por estações RTP, SIC e TVI. Recolha durante 28 dias. (N=274) Gráfico de elaboração própria.

Análise da Área Metropolitana do Porto

Foram recolhidas 49 notícias sobre a AMP. Dos 17 concelhos que compõem a Área Metropolitana do Porto, sete deles não foram representados nos Telejornais nacionais durante as semanas analisadas. São eles Gondomar, Paredes, Póvoa do Varzim, Santo Tirso, São João da Madeira, Vale de Cambra e Valongo. O concelho mais representado foi a cidade-pólo do Porto que totalizou 57% de toda a presença da Área Metropolitana do Porto na amostra final. A média das notícias do concelho do Porto dá um total de 2,88 por concelho caso a representação fosse igual.

Durante toda a cobertura a emissora que mais noticiou sobre a cidade do Porto foi a TVI, com um total de 16 notícias. Já a RTP teve quatro notícias nos seus alinhamentos e a SIC contou com oito. Este resultado foi visível não só na cidade do Porto, mas também perante todos os concelhos da AMP. Os concelhos de Arouca, Espinho, Maia, Trofa e Vila do Conde constam destes resultados devido às notícias presentes unicamente nos alinhamentos da TVI. No total, a emissora de Queluz de Baixo contabilizou 29 notícias sobre a AMP, face às sete da RTP e as 13 da SIC. Sendo assim, de toda a cobertura feita da AMP durante as quatro semanas em análise, 59% foi feita pela TVI.

Tendo em conta os números recolhidos, foi possível analisar quais os géneros mais usados nas referências aos concelhos do Porto, se a notícia é positiva, negativa ou neutra face à sua valência e também a categoria em que se insere.

Na cidade do Porto, as notícias foram principalmente sobre arte (10) e política (7). Foi também possível notar que a visita do Presidente da República, Marcelo Rebelo de Sousa foi motivo de cobertura, tendo este o papel de personagem principal. No dia 16 de fevereiro de 2017, a TVI noticiava que “Marcelo Rebelo de Sousa passou hoje o dia no norte do país, onde esteve em ações que passaram pela saúde, tecnologia e ação social.”. Como é possível perceber por este lead, o motivo de reportagem não se trata nenhum acontecimento ou evento, mas tem, no entanto, o enfoque na presença do Presidente da República no Norte do País.

Crime, lei e justiça e/ou acidentes e desastres são as duas categorias que implicariam notícias do ponto de vista negativo ou com teor depreciativo. No Porto foi registado apenas uma notícia de crime, lei e justiça e não houve cobertura de nenhum acidente ou desastre. No entanto, todas as notícias sobre Oliveira de Azeméis, Trofa, Espinho foram sobre crime, lei ou justiça. Já em Matosinhos, tendo em conta do total de sete notícias representado, duas delas foram sobre crime, lei ou justiça. Já em Santa Maria da Feira, três das quatro notícias são sobre crime e em Vila Nova de Gaia uma de duas é também sobre a mesma temática. O Porto foi também o único concelho de toda a recolha da AMP e AML que registou notícias de Ciências e Tecnologias.

Quanto às valências, no geral, a Área Metropolitana do Porto contabilizou 23 notícias positivas, 18 neutras e oito negativas.

Um dos aspetos a ter em atenção é o arranque da “Operação Fénix”, a 15 de fevereiro. Este foi um assunto que teve espaço nos alinhamentos das emissoras, no entanto não foram recolhidas estas notícias. Esta decisão deveu-se ao facto de o julgamento ter sido realizado no quartel dos Bombeiros Voluntários de Guimarães, devido ao grande número de arguidos. Visto que Guimarães não pertence à Área Metropolitana do Porto foi tomada a decisão de não contabilizar esta cobertura.

Espinho e Lisboa podiam contar com mais uma representação na recolha, através de uma notícia da RTP que passava pelos dois concelhos com o lead “A Fundação Inatel desafiou desempregados a criar um negócio ruinoso e recusa-se a pagar indemnização.”. Pelo facto de causar confusão quanto à divisão de local, sendo que não seria claro se faria parte de Espinho ou de Lisboa e que também não seria correto analisar esta notícia duas vezes, foi tomada a decisão de não a contabilizar.

Análise da Área Metropolitana de Lisboa

Sobre a AML foram recolhidas 225 notícias. Os concelhos de Amadora, Barreiro, Moita e Sesimbra não foram, durante as quatro semanas de recolha, representados nos alinhamentos. No entanto, o concelho de Lisboa foi o mais presente, com 125 notícias, ou seja, 56% de toda a cobertura sobre a AML. Se fosse feita uma representação igual, perante todos os concelhos, o número de notícias da média seria de 22,72, um número bastante superior à da AMP, tendo em conta que a média dessa área é de 2,88 por concelho.

A TVI foi mais uma vez a emissora que mais noticiou acontecimentos de local, também na AML. Foram contabilizadas 100 presenças na recolha, já a RTP contou com 57 e a SIC com 68. O concelho de Lisboa contabilizou 49 notícias, emitidas na TVI, ou seja 44 % de toda a representação da AML. Este número é, assim, relevante, tendo em conta que é o mesmo da contagem total da representação da AMP.

Quanto às categorias, as duas mais presentes na cidade de Lisboa foram artes, cultura e entretenimento (51) e crime, lei e justiça (32). Quanto a acidentes e desastres, o concelho de Cascais registou 29 notícias, o número mais significativo desta categoria em toda a recolha. Lisboa foi também o concelho que registou mais notícias de questões sociais (6), saúde (11), estilo de vida e lazer (6), interesse humano (3) e educação (2). O concelho de Setúbal registou cinco notícias de ambiente, mas trata-se da cobertura às consequências de um acidente de uma fábrica que prejudicou o estado do ar no concelho.

As valências foram mais equilibradas na AML do que na AMP. Durante a recolha foi possível analisar 70 notícias positivas, 76 notícias negativas e 79 de valência neutra. O

concelho que mais contou notícias negativas foi o de Lisboa (32), no entanto foi também o que contou com mais notícias positivas (52). Cascais teve um grande número de notícias negativas e neutras, 15 e 17, respetivamente. Nas várias semanas foram registados acidentes e desastres, tanto em questões de trânsito como problemas no aeródromo de Cascais, que culminou com a queda de uma avioneta a 17 de abril.

A seis de dezembro, a SIC e a TVI reportaram as novas rotas da TAP, com declarações de Fernando Pinto, diretor executivo da companhia aérea. Em ambas as reportagens não foi mencionado que se trata de novas rotas a partir do aeroporto de Lisboa, como se tratasse de informação óbvia ou desnecessária. Apenas na reportagem da TVI e devido a um gráfico é explícito que estas rotas serão a partir de Lisboa.

Durante as quatro semanas analisadas, foi possível detetar nove notícias de media partners, todas na AML. A TVI contou com seis, ao noticiar várias vezes na mesma semana o mercado de natal “Wonderland Lisboa” e também a Corrida Grande Prémio Natal. Já a SIC contou com três, sobre o Sumol Summer Fest. Ao noticiar este festival, como media partner, a SIC colocou Mafra no plano de concelhos noticiados, no entanto todas as representações deste concelho foram neste âmbito.

Os gêneros mais usados

No total da recolha foram analisadas 186 reportagens, 25 peças, 28 diretos, 23 offs, 7 offs boca e 5 Grandes Reportagens. O género usado na notícia está relacionado com a importância dada ao assunto pelas emissoras, tendo em conta o processo e trabalho que cada género representa. No entanto, um género que seja mais fácil de completar pode também ser usado em caso de urgência da notícia ou caso não existam jornalistas disponíveis para reportar o assunto.

Na AMP, 69% da cobertura foi feita através de reportagens, 8% refere-se a peças, diretos e offs, respetivamente. Houve durante a recolha, três grandes reportagens analisadas na AMP, num total de 6% de toda a cobertura. Estas grandes reportagens tratam-se das rubricas da TVI, “Seis por meia dúzia” e “Viagens à minha terra”.

Já na AML, houve também registo de duas grandes reportagens, uma parte da rubrica “Viagens á minha terra” e outra, já da SIC, sobre o serviço da CP em Lisboa. Estas duas grandes reportagens representam 0.88% de toda a cobertura da AML. Nesta área, 67,5% da cobertura foi feita através de reportagens, 9% de peças, 11% em direto, 8,4% foi feita de offs e contou com 33,1% em off boca. Não foram notadas últimas horas nos telejornais da análise.

2 Análise dos questionários

240 pessoas responderam ao questionário que pretende compreender a perceção dos telespetadores, face ao assunto deste trabalho. 61,7% das respostas foi dada por mulheres, enquanto 38,3% corresponde a homens. Quanto à idade, 46,3% dos inquiridos tem entre 18 e 24 anos e 24,2% tem entre 25 e 34 anos, tendo assim um perfil jovem. Já entre os 33 e os 44 anos corresponde a 14,6%, entre os 45 e os 55 anos tratam-se 11,3% e 3,7% dos inquiridos é maior de 55 anos. 89,6% dos inquiridos frequentou o ensino superior, sendo em licenciaturas (52,1%), pós-graduações (9,6%), mestrados (26,4%) ou doutoramentos (24,6%). Apenas 10% dos inquiridos tem como grau académico o ensino secundário e 0,4% o ensino básico.

Quanto à residência ou naturalidade, 45% dos inquiridos pertence à AMP e 42,5% seleccionou a AML. Quanto aos 12,5% dos inquiridos que não são parte de nenhuma destas áreas foram direccionados para o fim do questionário.

Respostas inquiridos Área Metropolitana do Porto

Das 108 respostas obtidas de naturais ou residentes na AMP, os concelhos da Maia (17,6%), Gondomar (17,6%), Porto (15,7%), Matosinhos (14,8%) e Vila Nova de Gaia (9,3%) foram os que mais respostas deram a este questionário.

Os inquiridos seleccionaram perante os três canais em análise aqueles que mais escolhem para se manterem informados. A RTP foi a que teve mais pessoas a seleccionar “regularmente” e “ocasionalmente”, respetivamente 41% e 29% dos inquiridos, no entanto 25% disse que “nunca” e “raramente” escolhe a RTP. Apenas 5% respondeu que escolhe “sempre” a RTP. A SIC obteve resultados muito idênticos nas respostas “ocasionalmente” e “regularmente”, 34% e 35% respetivamente, já um total de 24% disse que “nunca” ou “raramente” escolhe este canal. A emissora de Carnaxide contou com 7% dos inquiridos a seleccionar “sempre” como a escolha para se manter informado. Já a TVI é a que mais divide os inquiridos nas respostas. Embora tenha sido a que contou com mais inquiridos a seleccionar “sempre” (14%) e “regularmente” (31%), foi também a estação que mais teve

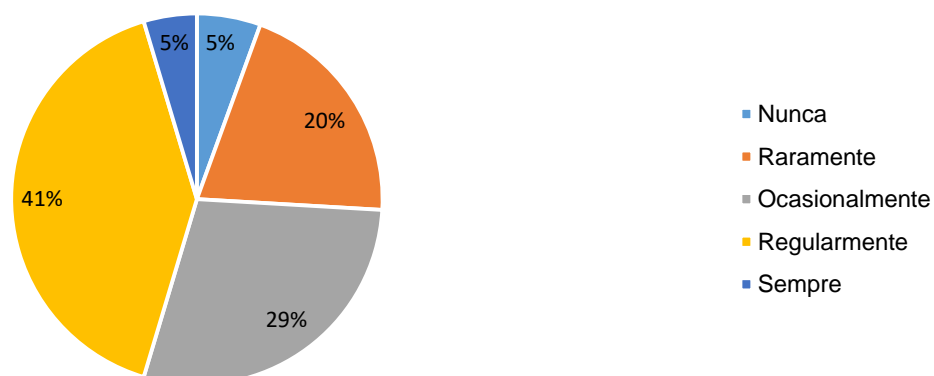


Figura 6- Gráfico de respostas referente à pergunta "Dos três canais de acesso livre e generalistas portugueses, qual é a sua escolha para se manter informado? [RTP]". Referente aos inquiridos da AMP (N=108). Gráfico de elaboração própria

peças a escolher “nunca” e “raramente”, 10% e 25%. Já 20% dos inquiridos escolheu “ocasionalmente” como a frequência que escolhe a TVI para se manter informado. Estes números da TVI, aliados aos resultados da satisfação analisados abaixo, afirmam a dualidade de escolha dos inquiridos, tendo em conta as audiências do canal.

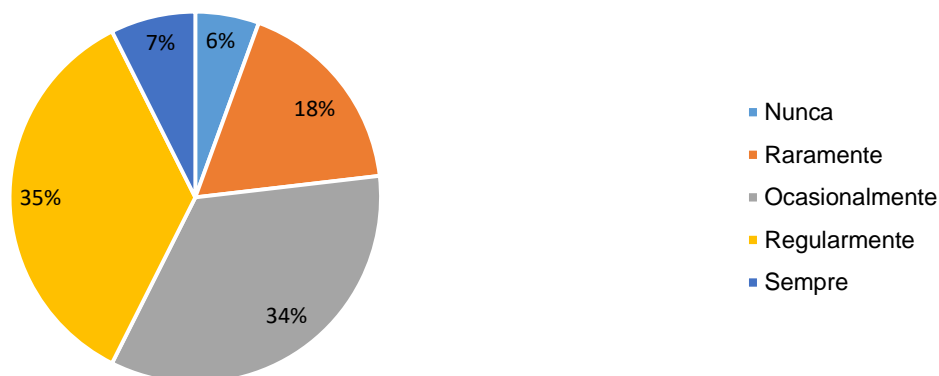


Figura 7- Gráfico de respostas referente à pergunta "Dos três canais de acesso livre e generalistas portugueses, qual é a sua escolha para se manter informado? [SIC]". Referente aos inquiridos da AMP (N=108). Gráfico de elaboração própria

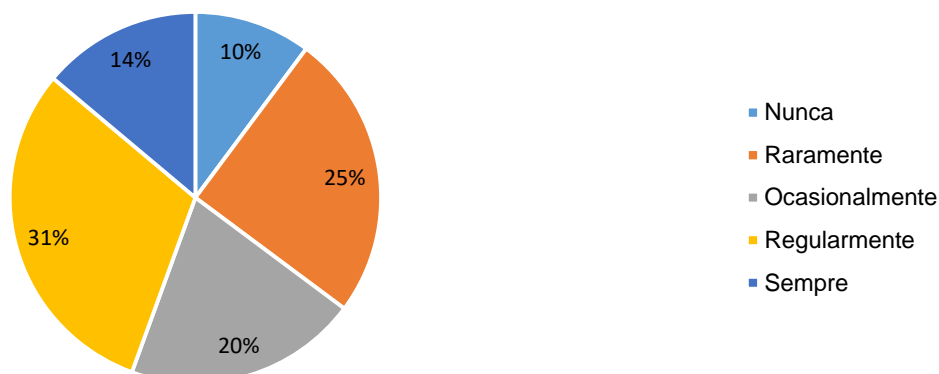


Figura 8- Gráfico de respostas referente à pergunta "Dos três canais de acesso livre e generalistas portugueses, qual é a sua escolha para se manter informado? [TVI]". Referente aos inquiridos da AMP (N=108). Gráfico de elaboração própria

Quanto à cobertura informativa, os inquiridos responderam face à igualdade que consideram existir em todo o país. Apenas 4% dos inquiridos da AMP estão de acordo com a frase “Considero que a cobertura informativa representa de forma igual todo o país”, já a grande maioria (76%) das respostas considera estar “relativamente em desacordo”, “em desacordo” e “absolutamente em desacordo”. Já nas duas perguntas seguintes, “Considera que, em número de notícias, a Área Metropolitana de Lisboa está mais presente nas notícias que a Área Metropolitana do Porto” e “Considera que, em número de notícias, a Área Metropolitana de Porto está mais presente nas notícias que a Área Metropolitana do Lisboa” as respostas foram claras. Na primeira pergunta, 30% das pessoas estão “absolutamente de acordo” que a AML é mais noticiada que a AMP, 31% dos inquiridos estão “de acordo” e 23%

disseram estar “relativamente de acordo”. Já na pergunta contrária, o gráfico muda totalmente, 92% dos naturais da AMP responderam estar “absolutamente em desacordo”, “em desacordo” ou “absolutamente em desacordo”, com a possibilidade de a AMP ser mais representado que a AML nas notícias.

Apesar de considerarem que são menos representados em números nos noticiários, os inquiridos não pensam que afete diretamente com o facto da sua identidade, tradições e valores não serem representados. 38% das pessoas considera estar “relativamente de acordo”, 9% estão “de acordo” com esta possibilidade e 1% está “absolutamente de acordo”. Já pelo outro lado, 51% dos inquiridos não vêm a sua identidade, tradições e valores representados nos blocos noticiosos, visto que estão “relativamente em desacordo” (38%), “em desacordo” (19%) ou “absolutamente em desacordo” (8%). Ou seja, apesar de não ser uma resposta homogénea, a maioria considera que a sua identidade não está presente na Informação.

O gráfico abaixo corresponde as áreas que os inquiridos consideram estarem menos presentes na cobertura informativa. Todas as áreas do País foram selecionadas, e as áreas metropolitanas de Porto e Lisboa são as menos escolhidas, 2% e 13%, respetivamente.

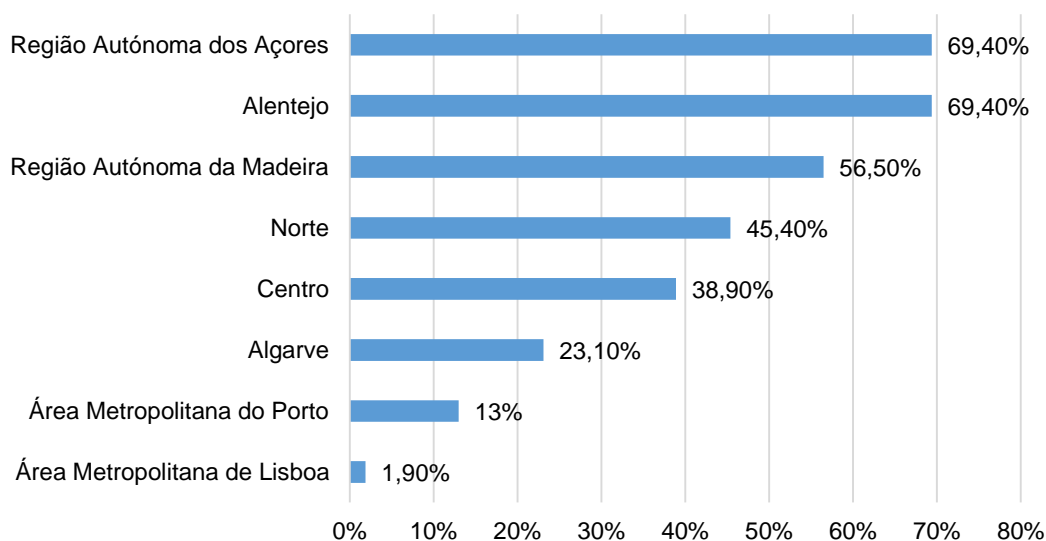


Figura 9 - Gráfico referente à pergunta "Quais as áreas que considera terem menos presença em conteúdos informativos?". Referente aos inquiridos da AMP (N=108). Gráfico de elaboração própria.

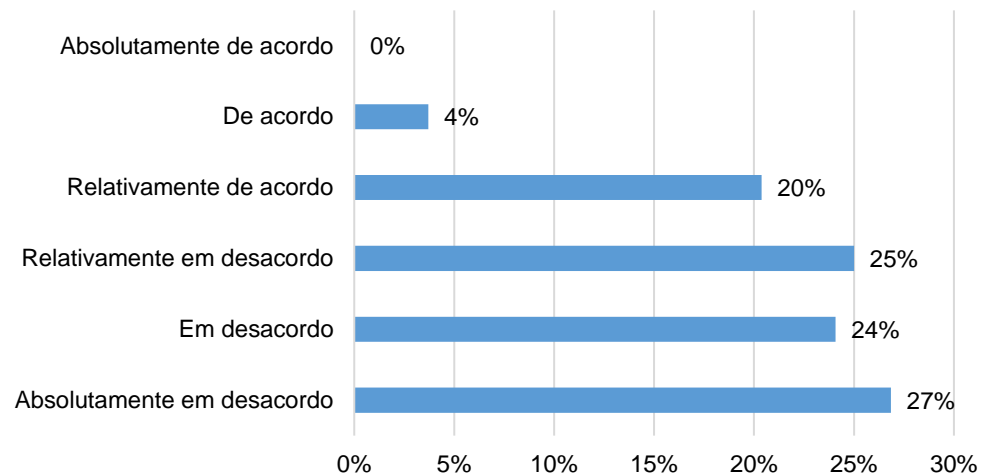


Figura 10- Gráfico referente à pergunta "Considera que a cobertura informativa representa de forma igual todo o país?". Referente aos inquiridos da AMP (N=108). Gráfico de elaboração própria

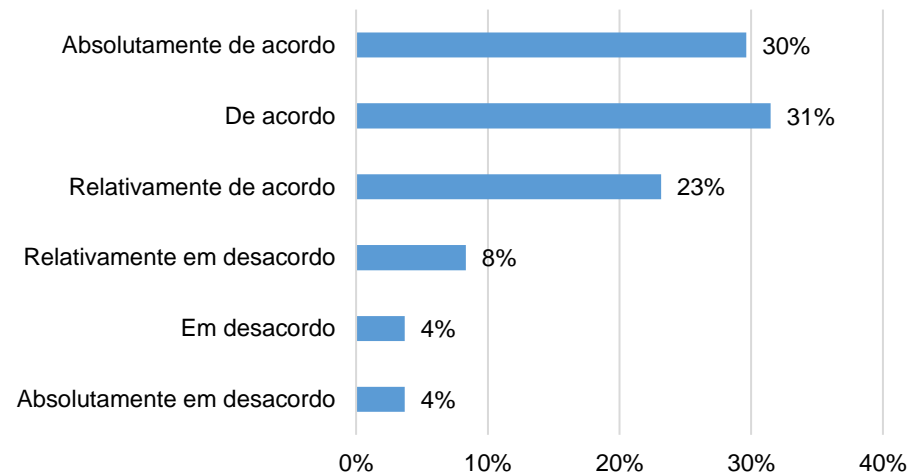


Figura 11- Gráfico referente à pergunta "Considera que em número de notícias, a AML está mais presente nas notícias que a AMP?". Referente aos inquiridos da AMP (N=108). Gráfico de elaboração própria

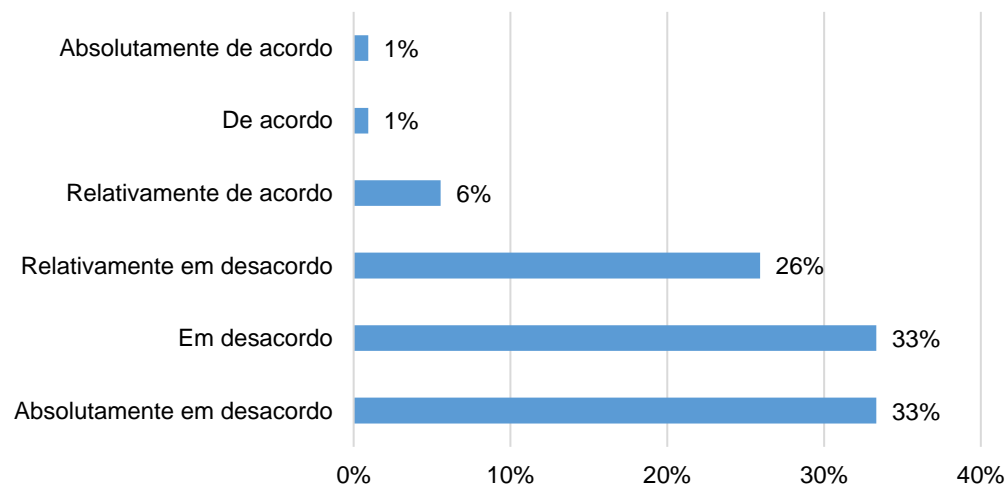


Figura 12- Gráfico referente à pergunta "Considera que em número de notícias, a AMP está mais presente nas notícias que a AML?". Referente aos inquiridos da AMP (N=108). Gráfico de elaboração própria

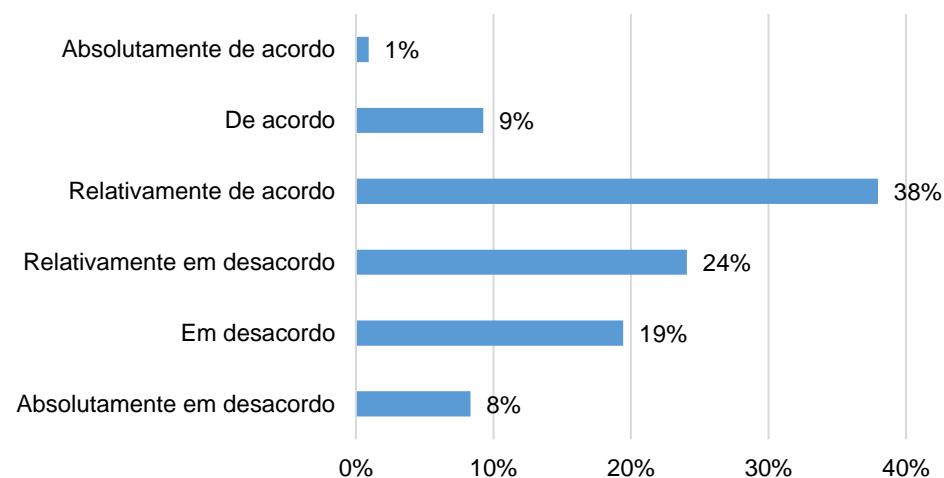


Figura 13-Gráfico referente à pergunta "Considera que a sua identidade, tradições e valores são representados nos blocos informativos televisivos?". Referente aos inquiridos da AMP (N=108). Gráfico de elaboração própria

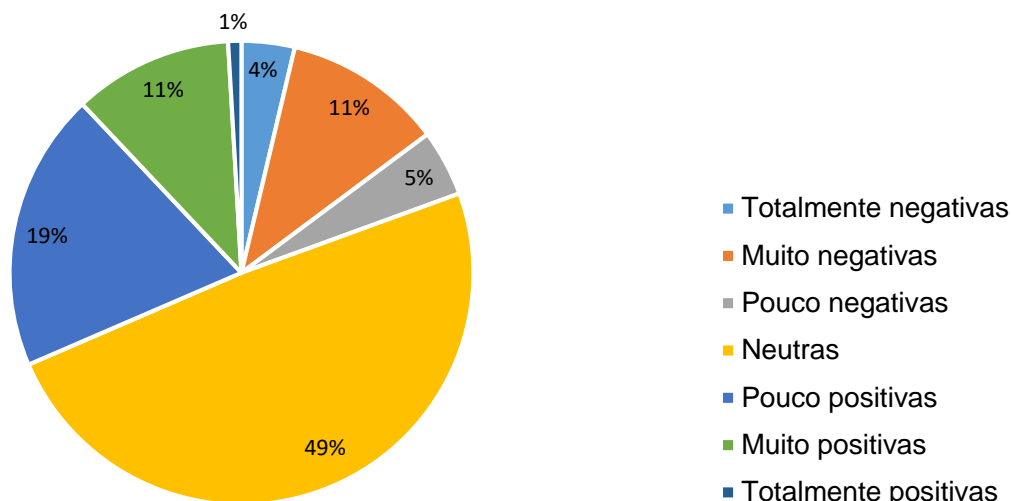


Figura 14- Gráfico referente à percepção da valência dos blocos informativos, quanto à origem/residência dos inquiridos". Referente aos inquiridos da AMP (N=108). Gráfico de elaboração própria.

Apesar de não se considerarem representados quanto à identidade, os inquiridos da AMP não consideram que as notícias que existem sobre a área de origem de que fazem parte é sempre negativa. 49% acreditam que esta cobertura é “neutra” e 11% diz ser “muito positiva”. Já a mesma percentagem de pessoas (11%) considera que a cobertura é “muito negativa” e 19% considera que é “pouco positiva”. 4% dos inquiridos considera ser “totalmente negativa” e 1% diz ser “totalmente positiva”.

Respostas inquiridos Área Metropolitana de Lisboa

Na AML, a origem e naturalidade dos inquiridos é mais homogénea que na AMP. Das 102 respostas contabilizadas na AML, 49% dos inquiridos identificam-se como do concelho de Lisboa. O segundo concelho com mais resposta é o de Cascais (10,8%), segue-se Sintra e Oeiras, ambos com 7,8% e em quinto lugar ficou Odivelas com 6,9%. Os outros concelhos têm uma média de 2% de respostas.

Os três canais receberam respetivamente 42%, 41% e 36% de respostas “razoáveis”. No entanto, a maioria na RTP e SIC, 44% e 41% é de respostas que consideram “bom” o grau de satisfação com estes canais. Já a TVI conta com 24% de respostas “razoáveis”. Já quanto ao “mau”, a RTP e a SIC contaram ambas com 8% cada e a TVI recebeu 22% das respostas como “mau” quanto ao grau de satisfação. A TVI teve também 13% das respostas como “muito mau” perante os 2% da RTP e 5% da SIC. Embora os resultados sejam mais propícios às respostas negativas para a TVI, a SIC e a emissora de Queluz receberam 5% de respostas “muito bom” e a RTP contou com 4% das respostas.

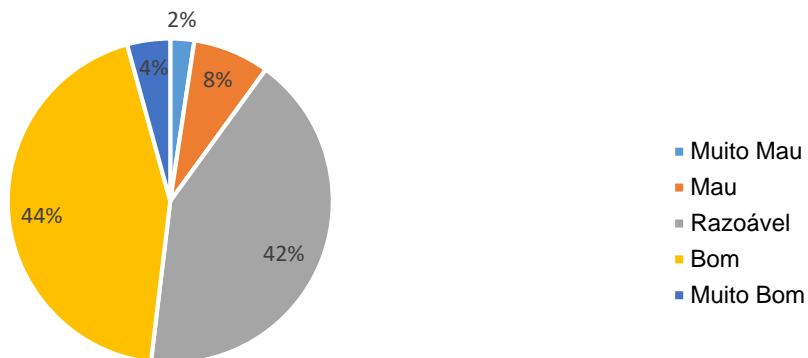


Figura 15- Gráfico de respostas referente à pergunta "Dos três canais de acesso livre e generalistas portugueses, qual é a sua escolha para se manter informado? [RTP]". Referente aos inquiridos da AML (N=102). Gráfico de elaboração própria

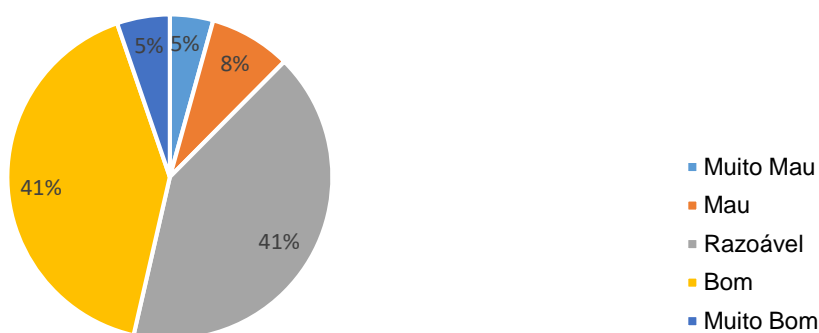


Figura 16-Gráfico de respostas referente à pergunta "Dos três canais de acesso livre e generalistas portugueses, qual é a sua escolha para se manter informado? [SIC]". Referente aos inquiridos da AML (N=102). Gráfico de elaboração própria

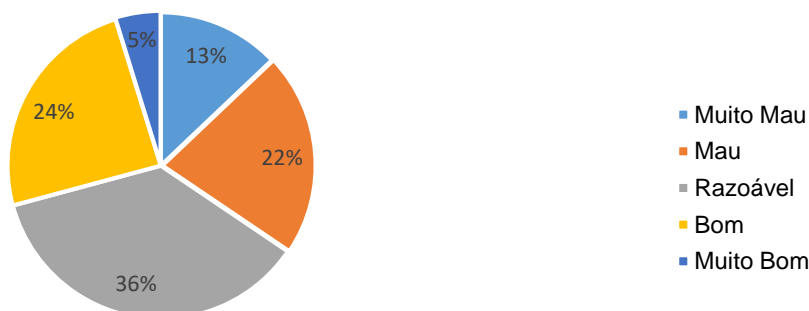


Figura 17- Gráfico de respostas referente à pergunta "Dos três canais de acesso livre e generalistas portugueses, qual é a sua escolha para se manter informado? [TVI]". Referente aos inquiridos da AML (N=102). Gráfico de elaboração própria

Quanto á pergunta “Considera que a cobertura informativa representa de forma igual todo o país”, 49% dos inquiridos de Lisboa responderam estar “em desacordo” (28%) ou “absolutamente em desacordo” (21%). 6% disseram estar “de acordo”, quanto à igualdade da

cobertura, na AMP esta resposta contou com apenas 1% das escolhas. No entanto, na AML ninguém disse estar “absolutamente de acordo” e 23% disse estar “relativamente de acordo”.

Tal como as respostas na AMP, os inquiridos da AML também concordam que a Área Metropolitana de Lisboa está mais presente nas notícias que a Área Metropolitana do Porto. 58% das respostas dividem-se entre “absolutamente de acordo” (22%) e “de acordo” (36%). Apenas 6% está “relativamente em desacordo” e 1% dos inquiridos disse estar “em desacordo”. Já na pergunta contrária, nenhum dos inquiridos disse estar “absolutamente de acordo” e “de acordo”. Já 6% das respostas foram selecionadas na opção “relativamente de acordo”, no entanto 62% dos inquiridos disse estar “em desacordo” (41%) e “absolutamente em desacordo” (21%). Há que concluir então que os lisboetas têm perceção que a sua área é mais representada e está presente nos blocos informativos do que a AMP.

Esta conclusão contrapõe-se com os resultados da próxima pergunta “Considera que a sua identidade, tradições e valores são representadas nos blocos informativos televisivos”. Apenas 1% dos inquiridos diz estar “absolutamente de acordo”, 16% “de acordo” e 37% está “relativamente de acordo”. Já 47% dos inquiridos diz estar “relativamente em desacordo” (20%), “em desacordo” (18%) e “absolutamente de desacordo” (9%). Sendo assim, embora os inquiridos da AML considerem que a sua área é mais presente, não revem a sua identidade, valores e tradições representadas nos blocos informativos.

Tendo então perceção que são mais representados quanto à sua área nos Telejornais, os inquiridos da AML não consideram que a AMP tenha menos presença em conteúdos informativos, visto que apenas 2% dos inquiridos escolheu esta opção. Em primeiro lugar, surgem os Açores, com 73,5% de escolhas, depois surge o Alentejo, com 67,6% e em terceiro lugar surge a Região Autónoma da Madeira, que contabiliza 53,9%. Ainda assim selecionam o Centro (45,1%) antes do Norte do País (38,2%) e antes da AMP e AML aparece o Algarve com 23,5% de escolhas.

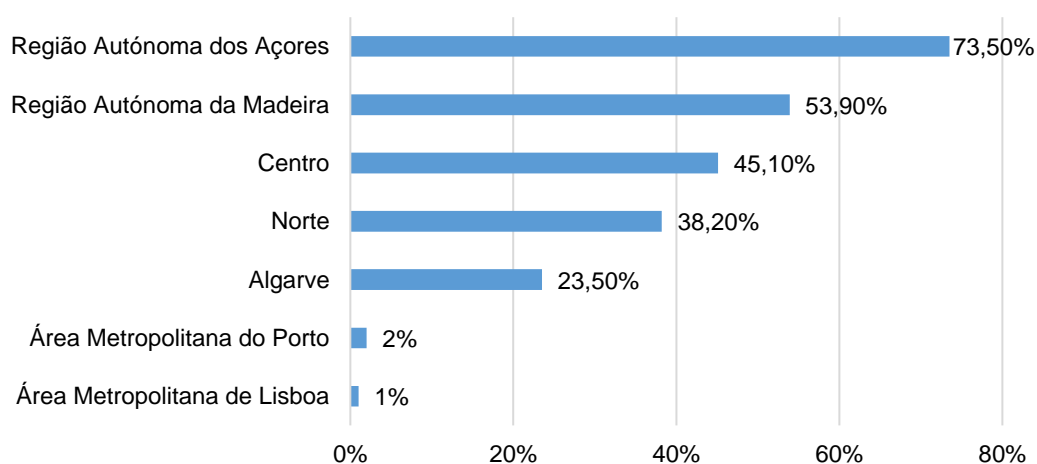


Figura 18-Gráfico referente à pergunta "Quais as áreas que considera terem menos presença em conteúdos informativos?". Referente aos inquiridos da AML (N=102). Gráfico de elaboração própria.

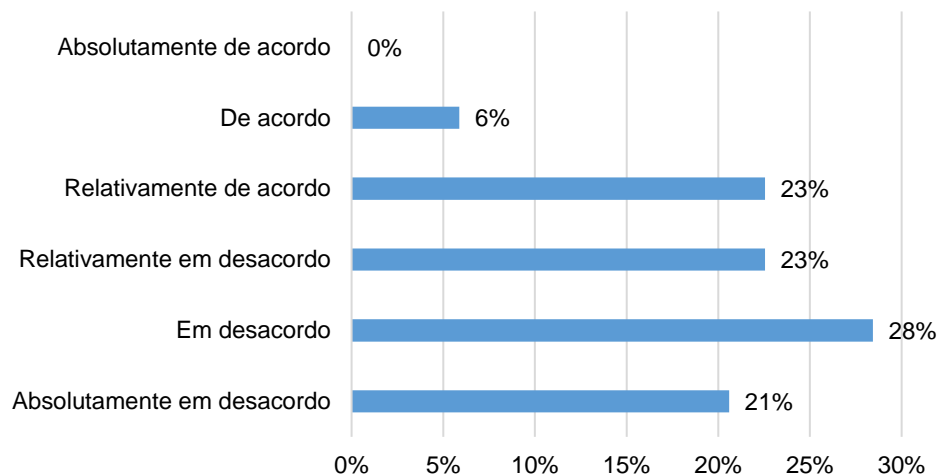


Figura 19-Gráfico referente à pergunta "Considera que a cobertura informativa representa de forma igual todo o país?". Referente aos inquiridos da AML (N=102). Gráfico de elaboração própria

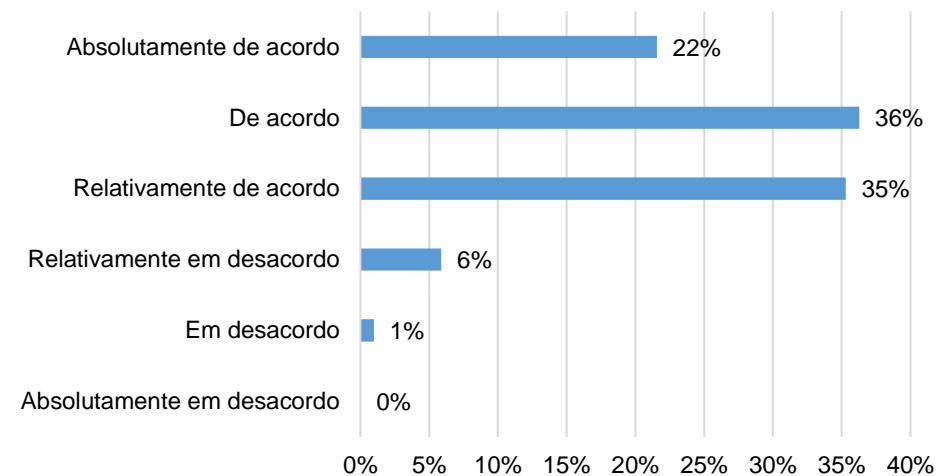


Figura 20-Gráfico referente à pergunta "Considera que em número de notícias, a AML está mais presente nas notícias que a AMP?". Referente aos inquiridos da AML (N=102). Gráfico de elaboração própria

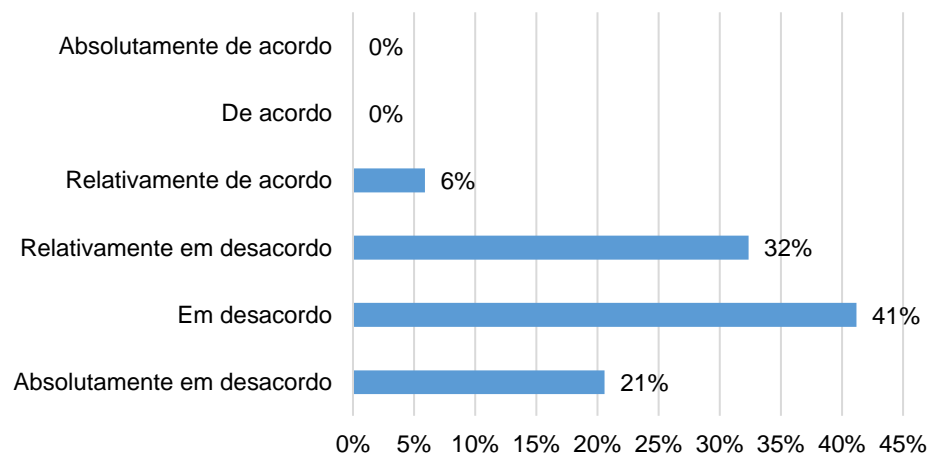


Figura 21- Gráfico referente à pergunta "Considera que em número de notícias, a AMP está mais presente nas notícias que a AML?". Referente aos inquiridos da AML (N=102). Gráfico de elaboração própria

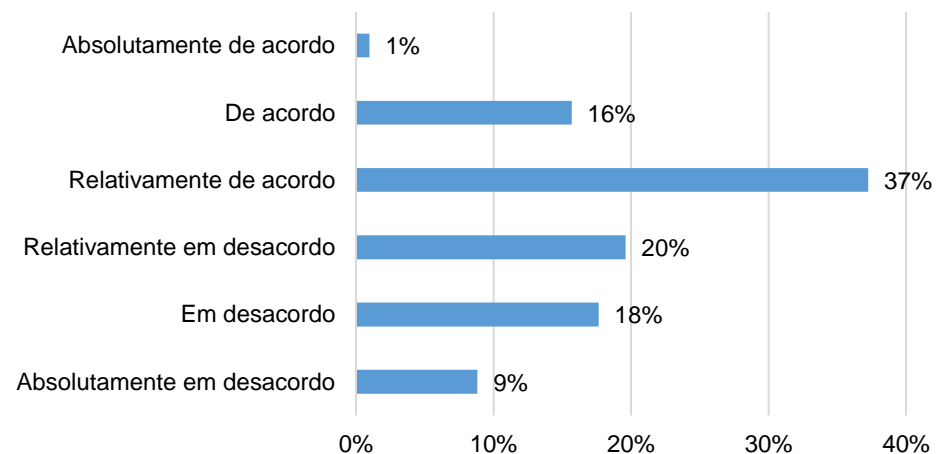


Figura 22- Gráfico referente à pergunta "Considera que a sua identidade, tradições e valores são representados nos blocos informativos televisivos?". Referente aos inquiridos da AML (N=102). Gráfico de elaboração própria

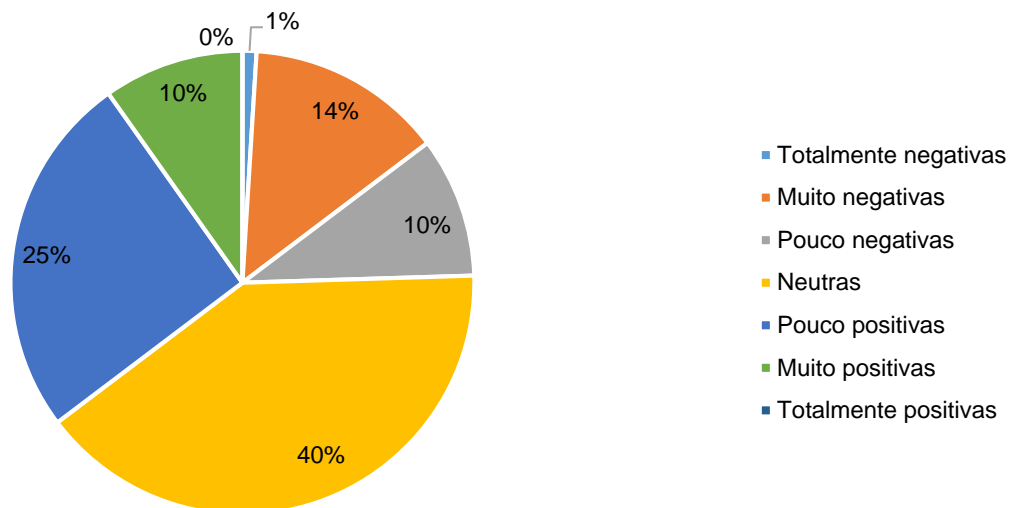


Figura 23- Gráfico referente à percepção da valência dos blocos informativos, quanto à origem/residência dos inquiridos". Referente aos inquiridos da AML (N=102). Gráfico de elaboração própria.

O gráfico que corresponde à pergunta se as notícias são positivas ou negativas, face à área de origem/residência, mostra que os inquiridos da AML responderam de forma mais homogénea em comparação com as respostas da AMP. 40% considera que as notícias são de valência “neutra”, mas 25% selecionou considerar que são “pouco positivas” e 10% considera “pouco positivas”. Já 14% considera que são “muito negativas” e 10% considera que são “muito positivas”:

Satisfação dos inquiridos face aos telejornais

Quanto ao grau de satisfação, a RTP e a SIC receberam o maior número de respostas a favor, enquanto a TVI venceu no grau de insatisfação. A RTP contou com 42% de respostas razoáveis e 44% dos inquiridos consideram bom o grau de satisfação. 2% dos inquiridos selecionaram muito mau quanto à insatisfação e 4% consideram estar muito satisfeitos com a cobertura informativa do canal público.

Os inquiridos disseram estar satisfeitos com a cobertura informativa da SIC visto que 82% consideram que o grau é razoável ou bom. Já a mesma percentagem de inquiridos, 5% considerou que a sua satisfação era muito má ou muito boa e 8% respondeu que o grau de satisfação é mau.

Já na TVI, os graus negativos ficaram à frente da RTP1 e SIC. 13% disseram que o grau de satisfação face aos Telejornais da TVI é “muito mau”, perante 22% dos inquiridos que consideram que é “mau”. 36% dos inquiridos considera os Telejornais razoáveis e 24% dizem que o seu grau de satisfação é “bom”. Com a mesma percentagem da SIC, 5% dos inquiridos diz que o telejornal da TVI é “muito bom”.

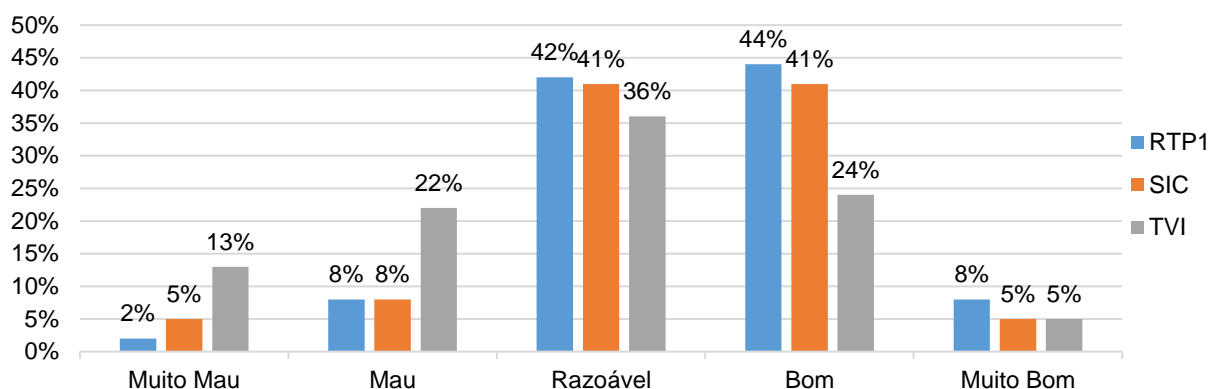


Figura 24- Gráfico referente ao grau de satisfação dos inquiridos com os telejornais. (N=210). Gráfico de elaboração própria.

Estes dados permitem chegar à conclusão de que os Telejornais da RTP1 e SIC são mais acarinhados e causam mais satisfação ao público. Já a TVI recebe respostas mais divididas visto que, embora semelhante às outras emissoras quanto à resposta “muito bom” e “razoável”, apresenta maior número de respostas negativas. Estas respostas contrapõem-se com os resultados de audiências no *prime-time*, ou seja, o “horário mais nobre da emissão televisiva em termos de audiências”, normalmente entre as 18 e as 24 horas de uma emissão diária. Em 2015, a TVI atingiu 26,5% do share, perante o resultado de 23,5% da SIC e de 15,1% da RTP (1 e 2). A TVI manteve-se à frente dos dois outros canais generalistas, no *prime-time* desde 2001, como é possível observar no gráfico abaixo. (Obercom, 2016)

Tabela 5 – Share em Prime-time e Share global dos canais generalistas portugueses versus restantes canais, entre 1999 e 2015

	Prime-time																
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
RTP (RTP 1 e 2)	32,8	29,3	22,4	24,7	27,6	27,8	26,8	27,3	29,2	26,7	26,9	26,4	23,5	19,8	16,4	19,9	15,1
SIC	49,1	43,1	31,8	29,5	29,8	29,0	27,9	26,7	24,9	24,2	23,7	23,8	24,7	24,5	26,4	24,0	23,5
TVI	13,9	22,6	40,1	37,8	33,4	33,6	34,1	34,7	33,0	35,8	34,2	32,4	29,6	30,1	28,5	25,7	26,5
Resto TV	1,5	2,7	4,0	6,4	8,0	8,4	10,1	10,4	11,6	11,4	13,2	15,2	18,5	20,6	22,6	23,1	24,2
% em Vídeo, Satélite e Outros	2,7	2,3	1,7	1,6	1,2	1,2	1,1	0,9	1,3	1,9	2,0	2,2	3,7	5,0	6,1	7,3	10,7
	Share global																
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
RTP (RTP 1 e 2)	32,6	29,9	25,7	26,4	28,8	29,1	28,6	29,9	30,4	29,4	29,8	29,5	26,1	21,9	16,2	20,7	16,8
SIC	45,5	42,2	34,0	31,5	30,3	29,3	27,2	26,2	25,1	24,9	23,4	23,4	22,7	21,8	26,4	19,7	18,7
TVI	16,4	20,8	31,9	31,4	28,5	28,9	30,0	30,0	29,0	30,5	28,7	27,5	25,7	26,7	28,5	23,5	22,5
Resto TV	2,1	4,5	6,2	8,7	10,9	11,4	12,9	12,7	13,6	13,0	16,1	17,1	21,0	23,6	22,1	27,7	30,7
% em Vídeo, Satélite e Outros	3,4	2,6	2,2	2,0	1,5	1,3	1,3	1,2	1,9	2,2	2,0	2,5	4,5	6,0	6,8	8,4	11,3

Fonte: Markttest Audipanel. Edição: OberCom.

Nota: A) Os cálculos do valor de share para o "Resto TV" resultam da soma dos shares individuais de todos os canais de TV por Cabo (Paga), sendo que nem todos os canais estiveram em funcionamento ao longo de todo o período da análise. B) A linha referente a "% em Vídeo, Satélite e Outros" corresponde ao peso percentual não medido da visualização em formato Vídeo, Satélite e Outros, que a medição Audipanel não contempla, independentemente do canal. O peso percentual deste tipo de visualização é residual face aos Parâmetros de visualização em análise. c) Na categoria "Resto TV" encontram-se os canais do Cabo, incluindo todos os canais de Cabo das marcas portuguesas associados aos canais portugueses clássicos (RTP, SIC e TVI). d) O valor da marca RTP nesta análise, presente nas tabelas 5 e 6, compõe-se do somatório dos valores para a RTP1 e RTP2.

Figura 25- Share em Prime-time e Share global dos canais generalistas portugueses versus restantes canais, entre 1999 e 2015. Fonte: Obercom

Os inquiridos foram finalmente questionados quanto às razões que consideram ser motivo de insatisfação, caso esta exista. Olhando para o gráfico, é possível perceber que a linha editorial é o que causa mais insatisfação (37%), em segundo lugar surge a diversidade de conteúdos (16%) e a longa duração dos blocos informativos (14%). Esta pergunta permitia aos inquiridos acrescentar razões de descontentamento, que contabilizou 4% das respostas. Das respostas dadas, houve quem dissesse estar insatisfeito devido a todas as razões exceto a “pouca duração dos blocos informativos”. Os inquiridos consideraram também existir “pouca veracidade”, “falta de investigação”, “falta de coragem jornalística” e «manipulação da opinião pública e medo de abordar "elefantes brancos" em áreas como política e desporto.». A “repetição excessiva” de conteúdos também foi adicionada como uma das razões de insatisfação face ao Jornalismo Televisivo.

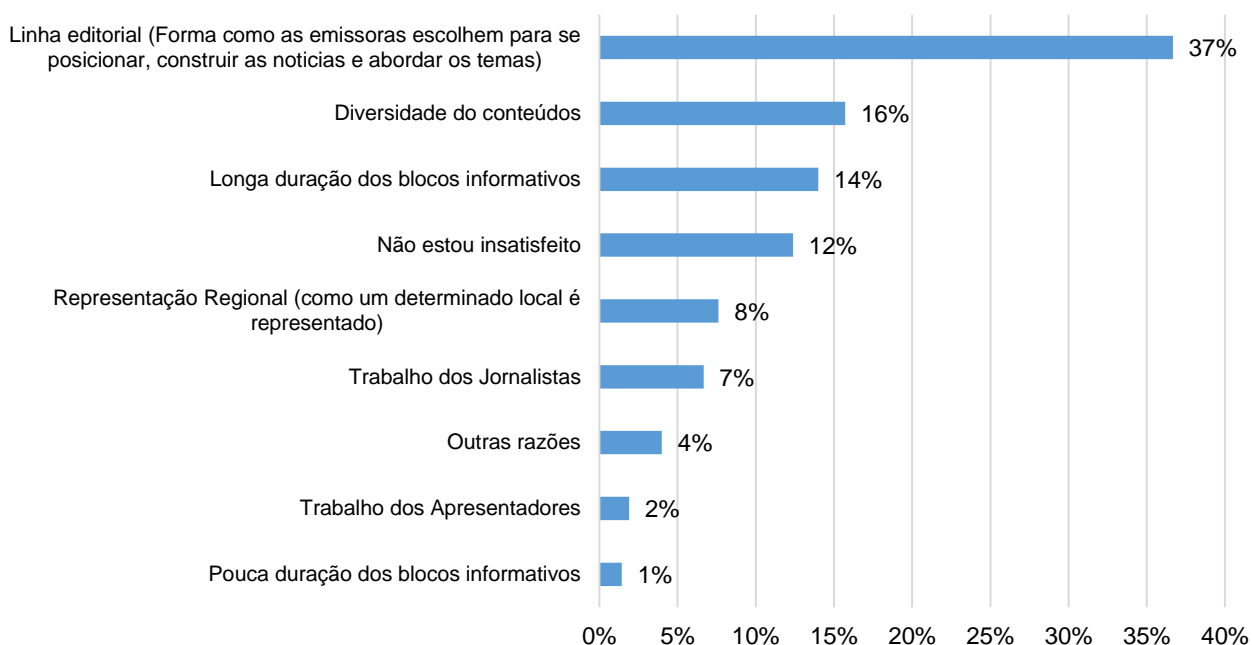


Figura 26- Gráfico referente às razões de insatisfação com o Jornalismo Televisivo. (N=210). Gráfico de elaboração própria.

CAPÍTULO IV: Considerações finais

As primeiras e mais fáceis ilações a tirar desta dissertação referem-se àquilo que os números representam. Na mesma duração temporal, áreas diferentes do país viram-se representadas de forma muito distinta nos telejornais nacionais. Os números da presença de cada área metropolitana nos alinhamentos e resultado da recolha feita, 225 e 49, AML e AMP respetivamente, representam isso mesmo. A uma das perguntas iniciais "existe diferença nos alinhamentos" tendo em conta a área metropolitana a que se refere, a resposta é agora sim.

A Área Metropolitana de Lisboa está muito mais presente nos alinhamentos dos blocos informativos, comparando com a Área Metropolitana do Porto. Para lá de ter em conta os concelhos das diferentes áreas, e sendo impossível compará-los tendo em conta a importância geográfica, social, política e económica que obviamente existe entre por exemplo, Cascais e Vale de Cambra; há que ter em conta as semelhanças das cidades-pólo, Porto e Lisboa.

A "moléstia crónica" do centralismo de que Manuel Machado fala e como explicado no enquadramento teórico foi possível comprovar, com esta dissertação, pelo menos na comunicação social. A principal razão poderá estar relacionada com a localização das redações centrais das diferentes estações televisivas.

Um dos aspetos com relevância desta recolha foi a baixa presença da RTP no Porto. Apesar de ser ideia de senso comum que o canal estatal tem mais conteúdo sobre o resto do País, que não a AML, isto não foi verificado. A RTP ficou atrás da SIC e da TVI e durante quatro semanas foram apenas recolhidas sete notícias sobre a AMP, no telejornal da RTP. Esta conclusão pode ser posta em causa, tendo em conta que às 19 horas, antes do bloco informativo, a RTP emite o "Portugal em Direto" com a jornalista Dina Aguiar, que pretende refletir todas as notícias apenas sobre o País. Sendo assim, as notícias nacionais importantes do dia, que não sejam política e economia nacional ou artes, cultura e entretenimento, dificilmente chegam ao alinhamento do telejornal.

Foi também de destacar a importância dada pela TVI às notícias de caráter local, sendo que é a emissora mais presente nesta recolha. Um dos números mais relevantes desta pesquisa é mesmo o 49. Trata-se do número de notícias recolhidas sobre toda a AMP, durante os 28 dias da pesquisa, de todas as estações televisivas, dos 17 concelhos que perfazem a área metropolitana do Porto; mas é também o mesmo número de notícias presente nos alinhamentos da TVI, apenas sobre o concelho de Lisboa.

Das hipóteses apresentadas no enquadramento metodológico ficou provado pela análise que realmente há menos notícias sobre o Porto do que sobre Lisboa. Já os questionários ajudaram a compreender que de facto os portuenses consideram que há mais notícias sobre Lisboa do que sobre a sua área. No entanto a hipótese contrária, que diz que

os lisboetas percecionam que há igual representação, foi refutada. No questionário, 62% dos inquiridos disse estar “em desacordo” (41%) e “absolutamente em desacordo” (21%) com a frase “Em número de notícias, a Área Metropolitana do Porto está mais presente nas notícias que a Área Metropolitana de Lisboa”. Conclui-se então que também os lisboetas concordam que há mais representação mediática sobre a AML do que sobre a AMP.

O inquérito correspondeu ao seu propósito, ao ficar esclarecido a percepção dos inquiridos, tanto da AMP como da AML face à subrepresentação do Porto perante Lisboa nos telejornais nacionais. Estes resultados, associados à análise dos alinhamentos dos telejornais, provam não só a percepção dos inquiridos, mas também o facto que a AMP é menos representada, em comparação com a AML, nos blocos dos telejornais, nos três canais televisivos generalistas nacionais.

Quanto à função social imposta à televisão e ao objetivo de perceber se o local tem espaço perante o global, visto que todas as notícias representadas na recolha seguiram a máxima de acontecimento sobre ou no local da recolha pode-se concluir que há espaço nos alinhamentos para as notícias de local, pelo menos na Área Metropolitana de Lisboa.

A questão de sabermos o que se passa no fim da rua, ao invés de no outro lado no mundo é mais provável na cidade de Lisboa do que no Porto, tendo em consideração os números obtidos e a que tipo de géneros jornalísticos se inserem. Esta importância com o local pode ser, mais uma vez, relacionada com a questão de localização, onde estão sediadas as redações centrais televisivas nacionais. Por isso, Lisboa conta com mais notícias de local.

Na revisão bibliográfica ficou aprofundado que os jornalistas que trabalham em imprensa regional são profissionais inseridos na área que estão a cobrir, pessoas que partilham e vivem no mesmo espaço da notícia e do acontecimento. Em Lisboa, visto ser onde estão a maioria dos jornalistas, poderá refletir-se o mesmo, existindo assim uma tendência de noticiar o que que conhecemos, os espaços que nos rodeia, visto que um dos valores-notícia mais importantes é também a proximidade do acontecimento. No entanto, um evento próximo da Avenida Marechal Gomes da Costa, em Lisboa; de Carnaxide ou até de Queluz de Baixo, sedes da RTP, SIC e TVI, respetivamente; não terá a mesma importância para o jornalista responsável, para a população de Lisboa ou para os outros 7.414,529 pessoas que habitam em Portugal.

Uma das questões que esta dissertação levanta é em relação à identidade que é representada nos blocos informativos das estações nacionais. A mediatização corre o risco de, inconsequentemente, homogeneizar os pequenos detalhes das tradições, valores, culturas, que ficam esquecidas por várias razões, até com o envelhecimento das populações. Esta dissertação foi construída sobre uma hipótese que propunha que os habitantes da AMP sentiam que a sua identidade não era revisitada nos blocos informativos, tendo em conta que

os habitantes de Lisboa, por estarem mais presentes nas notícias, teriam então um sentimento de representação maior.

Com as respostas à pergunta “Considera que a sua identidade, tradições e valores são representadas nos blocos informativos?” a serem semelhantes nos inquiridos da AMP e da AML, há que concluir que nenhum destes blocos populacionais se sente completamente representado. Tendo em conta que a AMP e AML são, ainda assim, as áreas mais presentes na discussão noticiosa e os habitantes não se sentem representados, há que discutir e pensar quem estão então os media a representar. Esta questão fica então em aberto e deveria ser objeto de estudo em investigações posteriores. Fica a dúvida se a representação que os media pretendem fazer da sociedade está a ser feita da forma mais correta, visto que não leva a respostas totalmente positivas por nenhuma das partes da população inquirida.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alexandre, M. (2001) O papel da mídia na difusão das representações sociais. Rio de Janeiro, Comum, 6, 17
- Angrisano, R.; Silva, G. (2014) “As identidades culturais e os media: A representação do jovem na série “Descolados” , Itajaí , Vozes e Diálogo
- Backhurst, S.; Sydnor (1995) The Social Self, London, Sage.
- Belo, A., Shoemaker, P., Silveira, J. (2003). Codebook e sistemas de codificação de informação - Análise de Telejornais de Horário Nobre - RTP1, SIC, TVI e RTP2/A:2 – para os anos de 2003, 2004 e 2005. Centro de Investigação Media e Democracia
- Bryman, A. (2008), Social Research Methods, Oxford, Oxford University Press (3ª edição).
- Cardoso, G.; Mendonça, S.; Paisana, M.; Sousa, J. (2016) “A Televisão em Portugal: análise das audiências e dinâmicas concorrenciais do mercado televisivo português entre 1999 e 2015”, Obercom
- Cardoso, G.; Santos, S.; Telo, D. (2016) Jornalismo em tempos de crise. Lisboa, Editora Mundos Sociais.
- Coelho, P. (2005) A TV de proximidade e os novos desafios do espaço público: um estudo sobre a situação portuguesa. Lisboa, Livros Horizonte.
- Crespo, M.; Azevedo, J. & Cardoso, G. (2017b), “Jornalismo em Portugal: O contributo de Paquete de Oliveira para a caracterização da profissão e o retrato dos jornalistas hoje”, Revista Comunicando, 6,1
- Crespo, M.; Azevedo, J.; Sousa, J.; Cardoso, G. & Paisana, M. (2017a). Jornalistas e Condições Laborais: Retrato de uma Profissão em Transformação. Retirado de <https://obercom.pt/jornalistas-e-condicoes-laborais-retrato-de-uma-profissao-em-transformacao/>
- Cunha, I. (2007) Identidade e reconhecimento nos media. MATRIZES, 1,
- Elliot, T.S. (1988) Notas para uma definição de cultura, Editora Perspectiva
- Esteves, J. (1999), Os media e a questão da identidade – Sobre as leituras pós-modernas do fim do sujeito, Livros e Horizonte
- Faustino, P. (2004) A Europa das Regiões. Media XXI, 74, 16 apud Santos, S. (2007) Imprensa Regional: temas, problemas e estratégias da informação local, Lisboa, Livros Horizonte
- Fernandes, J. (2006), “Reestruturação da administração territorial portuguesa: o duplo centralismo em busca de escalas intermédias”, Xeográfica, 6
- Ferreira, V. (2014), “ O Inquirito por questionário na construção de dados sociológicos”, em Augusto Santos Silva e José Madureira Pinto (orgs), Metodologia das Ciências Sociais, Porto, Afrontamento (16ª edição).
- FFMS. (2017). Retrato de Portugal: edição 2017. PORDATA. Retrieved from <http://www.pordata.pt/ebooks/PT2017v20170710/index.html#p=1>
- Giddens (1991) The Modernity and Self-Identity: self and society in the late Modern Age, Cambridge, Polity Press.
- Giddens, A. (2001), Sociologia, Cambridge, Polity Press

- Gomes, A. (2012) Nos bastidores dos telejornais, Tinta da China.
- Gross, L. (1998) “Minorities, majorities and the media”. In T. Liebes and J. Curran (Eds.), Media, Ritual and Identity. London: Routledge.
- Hall, S. (2000). “Quem precisa de Identidade?”. In: Identidade e diferença: a perspectiva dos estudos culturais. Petrópolis, Vozes.
- Jerónimo, P. (2015) Ciberjornalismo de Proximidade: Redações, jornalistas e notícias online. Universidade Beira Interior, LabCom.IFP
- Krippendorff, K. (1980), Content Analysis, An Introduction to Its Methodology, California, Sage Publications Inc.
- Leça, J. (2015) Porto Canal: um caso de Jornalismo de Proximidade. Instituto Universitário da Maia
- Lopes, F. (2011) A TV dos Jornalistas, Braga, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho.
- Lopes, F. (2017). “Os média também centralizam”, Jornal de Notícias (online) consultado a 06.16.217. Disponível em <https://www.jn.pt/opiniao/felisbela-lobes/interior/os-media-tambem-centralizam-8566037.html>
- López, G. (Ed.) (2008) Comunicación local y nuevos formatos periodísticos en Internet: Cibermedios, Confidenciales y Weblogs. Valencia : Servei de Publicacions de la Universitat de València apud Jerónimo, P. (2015) Ciberjornalismo de Proximidade: Redações, jornalistas e notícias online. Universidade Beira Interior, LabCom.IFP
- Maltez, J (s.a). Centralismo. Centro de estudos de Pensamento Político. Retirado de: <http://www.iscsp.ulisboa.pt/~cepp/indexfro1.php3?http://www.iscsp.ulisboa.pt/~cepp/ideologias/centralismo.htm>
- Marques, R. (2014) “Os canais de Lisboa não querem saber do país para nada”. Meios e Publicidade. Consultado em <http://www.meiosepublicidade.pt/2014/02/os-canais-de-lisboa-nao-querem-saber-do-pais-para-nada/>
- McQuail, D. (1997) Audience Analysis, Thousand Oaks, Sage
- Oliveira, J.N (2007). Manual do Jornalismo de Televisão. Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas.
- Pinto, J. (1991) Considerações sobre a produção social de identidade, Porto, Revista Crítica de Ciências Sociais Nº2 , Faculdade de Economia da Universidade do Porto
- Pitkin, H.(1967) The concept of Representation. Berkeley: University of California Press.
- Rose, G. (1995) Place and Identity: A Sense of Place. In Massey, Doreen and Jess, Pat (org.) A Place in the World? Places, Cultures and Globalisation, Open Univeristy. 87-132.
- Sá, P. (2017), “«O vírus do centralismo é uma moléstia que é crónica em Portugal»”, Diário de Notícias, (online) consultado em 15.08.2017. Disponível em <http://www.dn.pt/portugal/interior/o-virus-do-centralismo-e-uma-molestia-que-e-cronica-em-portugal-5381505.html>
- Santos, S. (2007) Imprensa Regional: temas, problemas e estratégias da informação local, Lisboa, Livros Horizonte
- Santos, S. (2014) Mobilidade geográfica e desigualdades sociais: lugares e caminhos de

investigação sociológica sobre território, Lisboa, CIES e-Working Paper

- Silva, A.; Santos, H. (1995) Prática e representação das culturas: um inquérito na área metropolitana do Porto, Porto, Edição Centro de Artes Tradicionais.
- Silveira, J.; Shoemaker, P. (orgs.) (2010) Telejornais em exame. Lisboa. Colibri. Instituto Politécnico de Lisboa apud Cardoso, G.; Santos, S.; Telo, D. (2016) Jornalismo em tempos de crise. Lisboa, Editora Mundos Sociais.
- Smith, A. in Morley, D.; Robbins, K. (1995) Spaces of identity – Global media , electronics landscape and cultural boundaries, London, Routledge
- Spá, M. Moragas. (2000) “Televisión y regiones en desarrollo. Posibilidades en la era digital” in Vacas, F. (org.), Televisión y Desarrollo – Las regiones en la era digital, Badajoz, Junta de Extremadura apud Coelho, P. (2005) A TV de proximidade e os novos desafios do espaço público: um estudo sobre a situação portuguesa. Lisboa, Livros Horizonte.
- Taylor, C. (1994). A política de reconhecimento. In: Multiculturalismo. Instituto Piaget
- Thussu, D. (2007). News as Entertainment: The Rise of Global Infotainment. Sage apud Lopes, F. (2011) A TV dos Jornalistas, Braga, Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Universidade do Minho.
- Traquina, N. (2002) Jornalismo, Lisboa, Quimera Editores (2ª edição)
- Traquina, N. (2002) Jornalismo, Lisboa, Quimera Editores apud Cardoso, G.; Santos, S.; Telo, D. (2016) Jornalismo em tempos de crise. Lisboa, Editora Mundos Sociais.
- Tuchman, G. (1999) As notícias como uma realidade construída. In Os media e a questão da identidade – Sobre as leituras pós-modernas do fim do sujeito, Livros e Horizonte . 91-104
- Vala, J. (2014), “A análise de conteúdo”, em Augusto Santos Silva e José Madureira Pinto (orgs), Metodologia das Ciências Sociais, Porto, Afrontamento (16ª edição).
- Vieira, R.; Magalhães, F. (2009) Património e Identidade, Porto, Profedições.
- Wolf, M. (1987) Teorias da Comunicação, Lisboa, Editorial Presença apud Traquina, N. (2002) Jornalismo, Lisboa, Quimera Editores (2ª edição)

FONTES

- Entidade Reguladora para a Comunicação Social, Imprensa local e regional em Portugal, (2002), 1ª edição, Edição ERC

ANEXOS

Anexo A: Quadros da análise da recolha televisiva

Área Metropolitana de Lisboa		Área Metropolitana do Porto	
Alcochete	3	Arouca	1
Almada	1	Espinho	1
Amadora		Gondomar	
Barreiro		Maia	2
Cascais	36	Matosinhos	7
Lisboa	125	Oliveira de Azeméis	2
Loures	2	Paredes	
Mafra	3	Porto	28
Moita		Póvoa do Varzim	
Montijo	12	Santa Maria da Feira	4
Odivelas	2	Santo Tirso	
Oeiras	3	São João da Madeira	
Palmela	5	Trofa	1
Seixal	4	Vale de Cambra	
Sesimbra		Valongo	
Setúbal	23	Vila do Conde	1
Sintra	5	Vila Nova de Gaia	2
Vila Franca de Xira	1		
TOTAL	225		49

Figura 27 - Número de notícias por Área Metropolitana e por concelho. Referente a 28 dias. (N=274). Tabela de elaboração própria.

	Secção													Valência		
	Arte	Política	Crime	q.sociais	Economia	Saúde	Acidentes	Trabalho	Estilo de	Interesse	Educação	Ciências	Ambiente	Positiva	Negativa	Neutra
Alcochete			3												2	
Almada	1															1
Amadora																
Barreiro																
Cascais	3			1		3	29							4	15	17
Lisboa	51	5	32		4	11	2	2	6	3	2			52	32	41
Loures			1	6							1			1	1	
Mafra	3													3		
Moita																
Montijo			1		11									1	1	10

Odivelas		2															2
Oeiras		1					1			1						1	2
Palmela				4			1							4			1
Seixal			4													4	
Sesimbra																	
Setúbal			3			5	8		1		1		5	2	18	3	
Sintra	1					2	1		1					2	2	1	
Vila Franca de Xira									1								
Arouca									1					1			
Espinho			1													1	
Gondomar																	
Maia					1						1			2			
Matosinhos	2	1	2				2							2	1	4	
Oliveira de Azeméis			2														2
Paredes																	
Porto	10	7	1	2		1		1	3	1		2		16	5	7	
Póvoa do Varzim																	
Santa Maria da Feira			3							1				1		3	
Santo Tirso																	
São João da Madeira																	
Trofa			1													1	
Vale de Cambra																	
Valongo																	
Vila do Conde										1				1			
Vila Nova de Gaia			1						1								2
TOTAL	71	$\frac{1}{7}$	55	9	20	22	44	3	14	7	5	2	5				

Figura 28- Secções e Valências das notícias, por concelho. Referente a 28 dias. (N=274). Tabela de elaboração própria.

	Categorização					
	Reportagem	Peça	Direto	off	Off+boca	Grande Reportagem
Alcochete	3					
Almada	1					
Amadora						
Barreiro						
Cascais	17	5	5	6	3	0
Lisboa	83	13	17	9	2	1
Loures	1			1		
Mafra	2		1			

Moita						
Montijo	10	1			1	
Odivelas	1				1	
Oeiras	1			1		1
Palmela	5					
Seixal	3	1				
Sesimbra						
Setúbal	21	1	1			
Sintra	4			1		
Vila Franca de Xira				1		
Arouca	1					
Espinho	1					
Gondomar						
Maia	2					
Matosinhos	5	2				
Oliveira de Azeméis				2		
Paredes						
Porto	22	2	2	1		1
Póvoa do Varzim						
Santa Maria da Feira			2	1		1
Santo Tirso						
São João da Madeira						
Trofa	1					
Vale de Cambra						
Valongo						
Vila do Conde						1
Vila Nova de Gaia	2					
TOTAL	186	25	28	23	7	5

Figura 29- Categorização das notícias por géneros, por concelho. Referente a 28 dias. (N=274). Tabela de elaboração própria.

Anexo B: Questionário

Representação de Lisboa e Porto no Jornalismo – a prática dos telejornais vs a perceção dos telespetadores

O objetivo deste questionário é compreender a perceção dos telespetadores portugueses tendo em conta a presença das cidades Lisboa e Porto nos espaços informativos em Televisão. Este método de pesquisa foi usado para a Dissertação de Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação do ISCTE. Além deste questionário foram analisados 84 blocos informativos do Telejornal da RTP1, o Jornal da Noite da SIC e o Jornal das 8 da TVI.

*Obrigatório

Qual é o seu sexo? *

- Feminino
- Masculino

Qual é a sua idade? *

- Menor de 18
- 18-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- Maior de 55

Qual é o seu nível de escolaridade? (a frequentar ou concluído) *

- Ensino básico
- Ensino secundário
- Licenciatura
- Pós-graduação
- Mestrado
- Doutoramento

Reside ou é natural das Áreas Metropolitanas do Porto ou Lisboa? *

Pertence à Área Metropolitana do Porto os concelhos de Arouca, Espinho, Gondomar, Maia, Matosinhos, Oliveira de Azeméis, Paredes, Porto, Póvoa de Varzim, Santa Maria da Feira, Santo Tirso, São João da Madeira, Trofa, Vale de Cambra, Valongo, Vila do Conde e Vila Nova de Gaia. Pertence à Área Metropolitana de Lisboa os concelhos de Alcochete, Almada, Amadora, Barreiro, Cascais, Lisboa, Loures, Mafra, Moita, Montijo, Odivelas, Oeiras, Palmela, Seixal, Sesimbra, Setúbal, Sintra e Vila Franca de Xira.

- Área Metropolitana do Porto
- Área Metropolitana de Lisboa
- Nenhuma das duas

Selecione o município em que reside ou é natural *

- Alcochete
- Almada
- Amadora
- Barreiro
- Cascais
- Lisboa
- Loures
- Mafra
- Moita
- Montijo
- Odivelas
- Oeiras
- Palmela
- Seixal
- Sesimbra
- Setúbal
- Sintra
- Vila Franca de Xira

Dos três canais de acesso livre e generalistas portugueses, qual é a sua escolha para se manter informado? *

	Nunca	Raramente	Ocasionalmente	Regularmente	Sempre
RTP1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SIC	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
TVI	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Considera que... *

	Absolutamente em desacordo	Em desacordo	Relativamente em desacordo	Relativamente de acordo	De acordo	Absolutamente de acordo
A cobertura informativa representa de forma igual todo o país?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Em número de notícias, a Área Metropolitana de Lisboa está mais presente nas notícias que a Área Metropolitana do Porto?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Em número de notícias, a Área Metropolitana do Porto está mais presente nas notícias que a Área Metropolitana de Lisboa?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A sua identidade, tradições e valores são representados nos blocos informativos televisivos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Na sua perceção, quais são as áreas que considera terem menos presença em conteúdos informativos? (selecione todas as que entender) *

- Norte
- Área Metropolitana do Porto
- Centro
- Área Metropolitana de Lisboa
- Alentejo
- Algarve
- Região Autónoma dos Açores
- Região Autónoma da Madeira

Quando a sua área de origem/residência é representada nos blocos informativos, na sua perceção as notícias são maioritariamente: *

- Totalmente negativas
- Muito negativas
- Pouco negativas
- Neutras
- Pouco positivas
- Muito positivas
- Totalmente positivas

Área Metropolitana do Porto

Selecione o município em que reside ou é natural *

- Arouca
- Espinho
- Gondomar
- Maia
- Matosinhos
- Oliveira de Azeméis
- Paredes
- Porto
- Póvoa de Varzim
- Santa Maria da Feira
- Santo Tirso
- São João da Madeira
- Trofa
- Vale de Cambra
- Valongo
- Vila do Conde
- Vila Nova de Gaia

Dos três canais de acesso livre e generalistas portugueses, qual é a sua escolha para se manter informado? *

	NUNCA	RARAMENTE	OCASIONALMENTE	REGULARMENTE	SEMPRE
RTP1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SIC	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
TVI	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Considera que... *

	Absolutamente em desacordo	Em desacordo	Relativamente em desacordo	Relativamente de acordo	De acordo	Absolutamente de acordo
A cobertura informativa representa de forma igual todo o país?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Em número de notícias, a Área Metropolitana de Lisboa está mais presente nas notícias que a Área Metropolitana do Porto?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Em número de notícias, a Área Metropolitana do Porto está mais presente nas notícias que a Área Metropolitana de Lisboa?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
A sua identidade, tradições e valores são representados nos blocos informativos televisivos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Na sua perceção, quais são as áreas que considera terem menos presença em conteúdos informativos? (selecione todas as que entender) *

- Norte
- Área Metropolitana do Porto
- Centro
- Área Metropolitana de Lisboa
- Alentejo
- Algarve
- Região Autónoma dos Açores
- Região Autónoma da Madeira

Quando a sua área de origem/residência é representada nos blocos informativos, na sua perceção as notícias são maioritariamente: *

- Totalmente negativas
- Muito negativas
- Pouco negativas
- Neutras
- Pouco positivas
- Muito positivas
- Totalmente positivas

Satisfação com os Telejornais

Qual o seu grau de satisfação com os Telejornais

	Muito mau	Mau	Razoável	Bom	Muito bom
RTP1	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
SIC	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
TVI	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Caso esteja insatisfeito com o Jornalismo Televisivo, quais são as razões, de forma geral. (Caso selecione outra, indique qual.) *

- Linha editorial (Forma como as emissoras escolhem para se posicionar, construir as notícias e abordar os temas)
- Representação Regional (como um determinado local é representado)
- Pouca duração dos blocos informativos
- Longa duração dos blocos informativos
- Diversidade do conteúdos
- Trabalho dos Jornalistas
- Trabalho dos Apresentadores
- Não estou insatisfeito
- Outra:

CV

INFORMAÇÃO PESSOAL

Joana Catarina Batista Leça



📍 Porto (Portugal)
☎ 915912918
✉ joanacleca@gmail.com
🌐 <https://joanalecajornalista.weebly.com/>

EXPERIÊNCIA PROFISSIONAL

fev 17–jun 17

Jornalista
NiT- New in Town, Lisboa
Funções de criação de conteúdo enquanto jornalista na editoria de Out of Town da revista online de cultura e lifestyle.

out 16–fev 17

Jornalista
Lisbon Corner, Lisboa
- Criação de conteúdos e gestão de backoffice para as revistas online "Bit", "Revista Atletismo" e revista "LifeModus"

mai 16–set 16

Jornalista Estagiária
TVI / Media Capital
- Integração na redação da TVI enquanto jornalista na editoria de sociedade.

mar 16–abr 16

Jornalista Estagiário
Rádio Comercial/Media Capital Rádios, Lisboa
- Jornalista na redação de rádio, entrevistas, captura e edição de áudio.

jan 16–fev 16

Estágio em Edição de imagem
TVI, Lisboa (Portugal)
- Edição de segmentos, peças, programas e especiais, tanto para informativos como para entretenimento.

dez 14–mar 15

Jornalista Estagiária
Porto Canal, Porto (Portugal)
- Estágio curricular em Produção de Informação e em Jornalismo.

EDUCAÇÃO E FORMAÇÃO

out 16–Presente

Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias de Informação
ISCTE-IUL, Lisboa
- Dissertação com o tema "Representações de Lisboa e Porto no Jornalismo – a prática dos telejornais vs a percepção dos telespectadores"

mai 17–jun 17

Ateliê de Jornalismo Televisivo
CENJOR - Centro Protocolar de Formação Profissional para Jornalistas, Lisboa

set 15–ago 16	-Formação prática de 88 horas. Pós-Graduação em Jornalismo ISCTE-IUL/Media Capital, Lisboa -Pós - graduação com estágios integrados nas diferentes redações da Media Capital.
jan 14–jun 14	Grado en Comunicacion Audiovisual Universitat Jaume I, Castellon (Espanha) - Erasmus durante 1 semestre - Curso prático com as principais competências a recair sobre as técnicas de edição e realização para áudio e televisão.
set 12–jun 15	Licenciatura em Ciências da Comunicação Instituto Universitário da Maia - ISMAI, Maia (Portugal) - Curso de Ciências da comunicação dividido nas vertentes de Jornalismo e Marketing e Publicidade. - Inovadora pela existência de unidades curriculares de Tecnologias de Informação e Comunicação durante os 3 anos.

COMPETÊNCIAS PESSOAIS

Língua materna português

Outras línguas	COMPREENDER		FALAR		ESCREVER
	Compreensão oral	Leitura	Interação oral	Produção oral	
inglês	C1	C1	C1	C1	B2
	First Certificate in English				
espanhol	B2	B2	B1	B1	B1
	Curso Intensivo de Español				
	Níveis: A1 e A2: Utilizador básico - B1 e B2: Utilizador independente - C1 e C2: Utilizador avançado				

[Quadro Europeu Comum de Referência para as Línguas](#)

INFORMAÇÃO ADICIONAL

Capacidades Práticas	- Conhecimentos de backoffice (Wordpress) - Edição de imagem e paginação (Illustrator, Indesign, Photoshop) - Edição de vídeo e áudio (Premiere, Quantel, FinalCut, Audition, Audacity)
----------------------	---