



Departamento de Sociologia e Políticas Públicas

O papel dos *Media* na estratégia de divulgação dos Grupos de Teatro
do concelho de Lisboa e de Vila Franca de Xira

Luís Filipe Gonçalves Duarte

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

Orientador:

Doutor José Soares Neves, Professor Auxiliar Convidado,
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Setembro, 2014



Departamento de Sociologia e Políticas Públicas

O papel dos *Media* na estratégia de divulgação dos Grupos de Teatro
do concelho de Lisboa e de Vila Franca de Xira

Luís Filipe Gonçalves Duarte

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

Orientador:

Doutor José Soares Neves, Professor Auxiliar Convidado,
ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa

Setembro, 2014

Agradecimentos

"Todas as vitórias ocultam uma abdicação."

Simone Beauvoir

Dedico esta dissertação à minha mãe, Ana, porque sem ela nada seria possível. Agradeço o seu apoio incondicional, carinho, incentivo e pelo simples facto de estar sempre na minha vida.

Ao meu padrasto, Custódio Faria, que apesar do seu mau-humor característico, sempre me apoiou e incentivou a estudar. Pelo facto de me tratar como se fosse filho, por saber que posso sempre contar com ele e que sem ele na minha vida nada disso seria possível.

À minha Tia Celeste, às minhas primas, Rita e Vera, e a minha madrinha São, pelo apoio incondicional e por acreditarem em mim.

Aos meus amigos que respeitaram a minha ausência e as minhas falhas ao longo deste percurso. Agradeço também pelos convívios e diversão nos momentos de pausa e sobretudo pelo incentivo que sempre demonstraram.

Quero agradecer em particular a minha madrinha académica, ex-colega e amiga, Ana Nunes, pela ajuda nos momentos de aflição durante todo o caminho académico e sobretudo nesta fase.

A minha companheira Soraia Galamba, que sempre esteve presente desde início da vida académica. Obrigado pelas “não” noites dormidas, pelos embaraços que passamos juntos, pelas gargalhadas (nos momentos mais difíceis), por conhecer e respeitar o meu lado mais ridículo e insuportável e mesmo assim divertirmo-nos sempre.

Aos entrevistados pela disponibilidade e colaboração neste estudo. Ao professor Jorge Viera pela ajuda na elaboração do desenho de pesquisa inicial. Ao professor Gustavo pelas sugestões dadas nos seminários de dissertação. E por último, ao meu orientador, Doutor José Soares Neves, pelas valiosas contribuições, críticas e sugestões que foram essenciais para a realização e conclusão desta dissertação.

Resumo:

O setor da comunicação enquadrado numa organização teatral é um sector fulcral na relação entre produtor e receção da obra pelo público. As estratégias de divulgação são, portanto, essenciais para o êxito ou não de um trabalho artístico. E é nesse campo que surgem os *media*. Desde o seu aparecimento, que os Meios de Comunicação trouxeram um leque diversificado de ferramentas que acabaram por revolucionar a forma como a sociedade e as indústrias culturais veem o mundo e principalmente a forma como vivem nele. É neste contexto que surge o jornalismo cultural, cuja função é informar a sociedade sobre a realidade artística e cultural de determinado país. Contudo, a lógica de mercado que a imprensa escrita vive, obriga à redução de espaço e custos o que leva os jornalistas a uma cuidadosa seleção dos grupos ou espetáculos a divulgar. Nesta dissertação o principal objetivo prende-se em apurar qual o papel dos *media*, nomeadamente a imprensa escrita e a internet, na estratégia de divulgação por parte dos grupos de teatro e perceber também qual a relação que existe entre os grupos e meios de comunicação, tendo em conta a perceção de ambos os lados. A metodologia deste estudo é composta por análise de conteúdo e por entrevistas a jornalistas e responsáveis pela comunicação dos grupos de teatro. A análise conclui que existem disparidades no tratamento dado pela imprensa escrita entre grupos e concelhos e confirma que atualmente os *new media* são fundamentais na estratégia de divulgação dos grupos de teatro.

Palavras-Chave: Teatro, *Media*, Imprensa Escrita, Internet, Lisboa, Vila Franca de Xira, Estratégias de Divulgação

Abstract

The communication sector framed in a theatrical organization is a key sector in the relationship between producer and reception of the work by the public. Dissemination strategies are therefore essential for the success or not of an artistic work. And it is in this field that *media* arise. Since its emergence, the *Media* brought a diverse array of tools that eventually revolutionize the way society and the cultural industries see the world and especially the way they live it. In this context emerges cultural journalism, whose function is to inform society about the artistic and cultural reality of a country. However, the market logic that the press lives requires the space reduction and cost which leads journalists to a careful selection of groups or spectacles to disclose. In this thesis the main objective concerns in determining the role of the *media*, particularly the print *media* and the internet in the dissemination strategy by the theater groups and also understand the relationship between groups and *media*, taking into account the perception of both sides. The methodology of this study consists on content analysis and interviews with journalists and the responsible of communication in theater groups. The analysis concludes that there are disparities in treatment by the press and among groups and municipalities currently confirms that the new media are crucial in the dissemination of theater groups strategy.

Keywords: Theatre, *Media*, Written Press, Lisbon, Vila Franca de Xira, Dissemination Strategies

Índice

| | |
|--|----|
| Introdução | 1 |
| Capítulo I - O caráter híbrido da cultura e da arte e o processo de transmissão de informação (<i>Media</i> e Jornalismo) | 3 |
| 1.1 – O Caráter Híbrido da Cultura e da Arte..... | 3 |
| 1.2 – Teatro Figura ex-libris das Artes..... | 5 |
| 1.3 – Os <i>Media</i> e o Jornalismo..... | 5 |
| 1.4 – A Notícia em Jornalismo..... | 9 |
| 1.5 – A proximidade do jornalismo regional..... | 10 |
| | |
| Capítulo II- A dupla função do Jornalismo Cultural – A Realidade Portuguesa | 12 |
| 2.1 – A função do jornalismo cultural..... | 12 |
| 2.2 – A realidade portuguesa..... | 16 |
| | |
| Capítulo III – Trabalho Empírico | 22 |
| 3.1 – Metodologia..... | 22 |
| 3.2 – Resultados..... | 26 |
| | |
| Conclusão | 43 |
| | |
| Fontes | 47 |
| | |
| Bibliografia | 48 |

Índice de Quadros

Quadro 2.1 - Presença/Frequência de Crítica Cultural nos Diários Portugueses20

Quadro 3.2.1 - As estratégias de divulgação das atividades dos grupos de teatro.....26

Índice de Gráficos

Gráfico 2.1 – Número de artigos publicados no *Ípsilon*, segundo a área artística.....17

Gráfico 2.2 – Chamadas de Capa no *Ípsilon*, segundo a área artística19

Gráfico 2.3 – Localização geográficas dos artigos de teatro.....21

Gráfico 3.2.1 – Divulgação do Teatro por Jornal.....29

Gráfico 3.2.2 – Número de Publicações por jornal segundo o concelho.....30

Gráfico 3.2.3 – Número de Publicações tendo em conta o jornal e o grupo de teatro.....31

Gráfico 3.2.4 – Classificação dos artigos dos jornais (Agenda ou Notícia (dimensão)).....32

Gráfico 3.2.5 – Dimensão da Notícia por Jornal.....32

Gráfico 3.2.6 – Dimensão da Notícia por Grupo.....34

Glossário

C.M – Correio da Manhã

D.N – Diário de Notícias

E. Ori – Expresso do Oriente

ERC – Entidade Reguladora para a Comunicação Social

O.M – Semanário O Mirante

OberCom – Observatório da Comunicação

Introdução

O jornalismo, e nomeadamente o jornalismo cultural, vive, nos tempos atuais, uma nova realidade e é confrontado por diversos paradigmas. Claro que o jornalismo cultural, tal como a cultura, é um conceito complexo e em constante mutação, sendo a sua explicação difícil. Um dos maiores paradigmas é a perda do carácter reflexivo (jornalismo crítico, de debate de ideias e da busca de novas vertentes artísticas) em detrimento do jornalismo mais sensacionalista, cuja função é a venda rápida do produto. É dentro desta lógica de mercado que surge a ideia que para se sair no jornal é preciso ser-se alguém muito conhecido ou fazer algo diferente e elaborado. Outro paradigma é o aparecimento da internet, que provocou a partilha inesgotável de informação (cultural) através de um simples clique no rato do computador. Este paradigma apresenta-se atualmente como uma das maiores dificuldades para os jornalistas, uma vez que as fontes deixam de ser particulares e passam a ser de «todos» para «todos». As indústrias criativas (grupos de teatro, em particular) perceberam as vantagens da internet e passaram a usá-la como mecanismo na estratégia de divulgação das suas atividades.

A presente dissertação que decorre do Mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação, tem como pergunta de partida “Qual o papel dos *media* (imprensa escrita e Internet) na estratégia de divulgação dos grupos de teatro do concelho de Lisboa e de Vila Franca de Xira?” e tem como objetivos perceber como é feito o processo de mediação entre os grupos de teatro e os *media*, apurar os critérios/valores para que uma atividade de um grupo de teatro seja notícia (e perceber os critérios que diferenciam o tamanho da notícia), averiguar se existem diferenças entre os *media* de massa e os *media* regionais na divulgação das atividades dos grupos de teatro amadores e profissionais de ambos os concelhos e por fim perceber como são aproveitados os *new media* pelos grupos de teatro para a divulgação das atividades.

A metodologia abordada divide-se em de duas fases. Como primeira fase a escolha incidirá para o método de análise de conteúdo (qualitativo), onde se elaborou uma grelha sobre a oferta de atividades dos grupos de teatro e a mediação por parte da imprensa escrita nacional e regional. Esta grelha foi ainda composta tendo em conta os dados fornecidos por cinco grupos de teatro (dois amadores e dois profissionais), de dois concelhos (Lisboa e Vila Franca de Xira), durante um período de cinco anos, tentando perceber se saiu alguma referência aos grupos em 5 jornais (três de cariz nacional e dois regionais), tendo por base a data de estreia

dos espetáculos. A segunda fase foi a elaboração de entrevistas semidiretivas a jornalistas da imprensa escrita nacional e regional, bem como a responsáveis pela comunicação dos grupos em análise.

Esta dissertação de mestrado pretende dar um contributo ao campo do jornalismo, principalmente ao jornalismo cultural, em primeiro lugar porque os estudos sobre a relação entre o teatro e o jornalismo cultural são muito poucos em Portugal. Em segundo é importante perceber quais as estratégias que os grupos utilizam para a divulgação das atividades e perceber o papel dos *media* nessa estratégia. Em terceiro perceber a relação que existe entre a diferença do tipo de grupos (amador ou profissional) com a diferença entre tipos de imprensa escrita (regional e nacional). E por último, complementar os estudos realizados sobre a evolução e as transformações do jornalismo.

Capítulo I - O caráter híbrido da cultura e da arte e o processo de transmissão de informação (*Media* e Jornalismo).

1.1 – O Caráter Híbrido da Cultura e da Arte

A cultura compreende os valores de um determinado grupo de indivíduos, as normas que os regem, bem como os bens materiais que criam. Muitas vezes quando pensamos no termo cultura, remetemos (automaticamente) a algo equivalente “às coisas mais elevadas do espírito” (Giddens, 2004), tais como, a arte, a literatura, a pintura, o teatro e a música. Porém na perspectiva sociológica, o termo cultura direciona-se aos modos de vida dos membros da sociedade e dos grupos desta. Incluindo também ocupações dos tempos livres, a forma como os indivíduos se vestem, a vida familiar, entre outros aspetos.

Apesar de o conceito “cultura” poder ser diferenciado conceptualmente do termo sociedade, existem ligações muito estreitas entre ambas, pois uma sociedade é um sistema de inter-relações que conectam os indivíduos em conjunto, e por outro lado, nenhuma cultura pode “sobreviver” sem uma sociedade. Mas de igual modo, nenhuma sociedade existiria sem a cultura, pois sem ela não seríamos “humanos”, no sentido comum da palavra.

As ciências humanas, com efeito, dirigem-se ao homem na medida em que ele vive, em que ele fala, em que ele produz. É como ser vivo que ele cresce, que tem funções e necessidades (...) (Foucault, 1991: 387,388).

Nesta perspectiva podemos afirmar que, a sociologia vê a cultura como produção e reprodução humana (hábitos, valores e crenças). Contudo é necessário estar atento a relação entre os procedimentos culturais e os contextos em que são produzidos, pois existem variações como formas de família, modos de habitar e vestir e são resultado da sua história (condições materiais da sua existência).

Tendo em conta agora, a abordagem de Franco Crespi (1997), o autor refere três vertentes sobre as principais tendências teóricas para tratar a questão do relacionamento entre as expressões culturais e as estruturas sociais. A primeira define a cultura como elemento autónomo de “orientação sobre os valores e normas sociais”; a segunda vertente enfatiza o caráter “estrutural e a dinâmica das interações sociais e formas culturais”; e a última vê a cultura como os saberes e fazeres humanos defronte situações sociais concretas. Apesar de serem três vertentes distintas pois privilegiam uma preponderância das estruturas sobre o agir

individual ou por um lado remete o social como produto da ação do indivíduo. Contudo destaca principalmente a tendência contemporânea em considerar aspectos de ambas.

O conceito de identidade tem mostrado, ao longo das análises teóricas e da pesquisa empírica, que as identidades culturais são sempre socialmente construídas, daí serem mutáveis.

Segundo Souza, a identidade cultural é observada:

Como uma forma de identidade coletiva característica de um grupo social que partilha as mesmas atitudes e, está apoiada num passado com um ideal coletivo projetado. Ela se fixa como uma construção social estabelecida e faz os indivíduos se sentirem mais próximos e semelhantes.

Cultura, como já foi referido, está associada a “modos de vida”, identidades que são ativas nos discursos e nas práticas do dia-a-dia, que são insígnias de uma sociedade. Assim sendo, e como afirma Rex (1996), a cultura nacional não está à “graça” da modernização. A dimensão cultura sendo fundamento da identidade nacional é devedora da concepção weberiana. Para Weber (1995: Capítulo IV), estas comunidades são delimitadas geralmente pela raça, a religião, a língua, a memória, os costumes e a experiência política. Contudo, Weber refere uma dimensão “subjéctiva” da nação (manifestada na experiência e consciência ligadas à solidariedade e a um *pathos*).

Os sentidos de espaço e tempo encontram-se imensamente alterados, hoje o seu carácter híbrido e segmentado fica mais evidente dado ao “trânsito” de mensagens e pessoas.

A cultura assume cada vez mais uma centralidade premente na sociedade. As novas tecnologias da informação e da comunicação eliminaram as distâncias. A facilidade e a hegemonia dos *media*, passaram a facilitar e a suportar os circuitos globais de trocas de informação, conhecimento, produção de mercadorias de bens e ideias. É nesse cenário global e virtual, que acabamos por assistir a revoluções culturais.

No presente caso, o foco será dado à componente da arte. Segundo Tota, a sociologia da arte define-se:

Como o estudo dos processos de produção – no duplo aspecto de análise dos textos produzidos e dos contextos sociais que influenciam essa produção – e como estudo dos processos de consumo da arte, também neste caso centrando a atenção quer nas verdadeiras actividades de recepção quer na influência dos contextos em que têm lugar. (Tota, 2000)

Assim sendo, a existência da obra está relacionada por um lado ao trabalho do artista e por outro pela percepção da mesma pelo público. A apropriação e compreensão da aceção da obra adquiriu uma importância fulcral, originando as teorias da receção que abordam os processos de receção na dimensão literária, cultural e artística.

1.2 – Teatro figura “ex-Libris” das artes

Segundo o Relatório do Parlamento Europeu de 2009 (*apud.* Morais 2009:7), o teatro, no leque das artes do espetáculo é a figura *ex-libris* e considerada a mais europeia.

O sector do marketing e da comunicação enquadrado numa estrutura de produção artística é um sector importante na relação produção receção da obra. Becker define arte como uma produção coletiva, numa noção de rede, onde se relacionam diversos agentes, contribuindo para reposicionar os artistas e suas obras nos contextos sociais. Segundo Bourdieu, a noção de campo artístico difere da noção de *art world* de Becker (1982:25), pois centra-se na estrutura de posições objetivas e relações de poder que ligam o conjunto de agentes.

O marketing Cultural e das artes é ainda recente, surgindo apenas na década de 60 do século XX, tendo como função a intermediação entre a criação e artista e a audiência. Segundo Colbert (2000, *apud.* Morais, 2009:11) "baseia-se na capacidade da organização para perceber que parte do mercado tem maior probabilidade de demonstrar interesse pelo produto...".

É importante referir que a promoção é uma variável de extrema importância, pois têm como função comunicar uma mensagem ao consumidor. Segundo Mokwa (*apud.* Morais, Isabel (2009:12)), a promoção centra-se em três pilares essenciais: a informação essencial apresentada ao consumidor (horário, local, preço); a persuasão ao convencer os consumidores a comprar o produto. As ferramentas utilizadas são principalmente a publicidade, o contacto direto, relações públicas e promoção de vendas.

1.3 – Os Media e o Jornalismo

A definição sobre o jornalismo é algo complexo e multifacetado, pois é resultado de diversas pressões e intervenções, sendo necessário ter em conta diversas teorias. Pode-se definir de forma “simples”, o jornalismo como sendo "um processo de transmissão de

informação através dos *media...*”¹. Por outras palavras, trata-se de uma ramificação do conceito de comunicação, onde o objetivo é transmitir informação. Segundo Schudson (2003), o jornalismo trata-se de um:

negócio ou prática de produção e disseminação de informações sobre assuntos contemporâneos de interesse público geral e importância... normalmente apresentado como verdadeiro e sincero para um público disperso e anônimo, de modo a incluir publicamente o público em um discurso tido como importante público (2003:11)

O jornalismo apoia-se na mudança de um acontecimento e tem como propósito informar, formar e/ou divertir. Trata-se de uma mediação, mas também é um processo de socialização. Trabalha, segundo Wolf (1987): "como aparelho de produção e reprodução da ideologia dominante, como construtor da realidade, através do discurso produzido". É caracterizado pela produção massiva e difusão de mensagens para um grande público. Esta produção, claro está, é destinada estrategicamente. E a sua eficácia está diretamente relacionada com as condições de produção, circulação e reconhecimento. Reconhecimento que é essencial para a construção de uma relação entre o jornalismo (jornalistas) e a sociedade. Ou seja, a produção de informação pode ser caracterizada da seguinte forma: acontecimento> jornalista> informação> público.

Iniciando com uma breve contextualização histórica, podemos afirmar que o Jornalismo teve a sua grande expansão após as revoluções liberais, mais exatamente, no século XIX. Mas existem relatos anteriores, que dão a entender que, de certa forma, já se fazia jornalismo. No fim do século XVI na Alemanha e na Inglaterra, iniciaram-se as primeiras publicações, embora irregulares, que se dedicavam a comunicar acontecimentos recentes à comunidade. Mas se formos um pouco mais atrás, podemos considerar que já existia a notícia muito antes do aparecimento da imprensa (por via oral, que remete para a primeira forma de jornalismo *spoken news*, a segunda fase, dá-se na Roma antiga, com o aparecimento de manuscritos em vários suportes *written news* e a terceira com o aparecimento do jornal e do sistema de impressão *printed news*).

Mas o conceito de jornalismo, tal como o conhecemos atualmente, remota ao século XIX ("caracterizado" pela industrialização da cultura e da informação), onde aconteceu a grande expansão do primeiro "*mass media*" (imprensa) e como consequência, o desenvolvimento dos jornais, a massificação das tiragens, a comercialização da imprensa (lucro) e a eminência de um novo grupo social – jornalistas “Durante o século XIX, sobretudo

¹ Lopes, Paula Cristina “Jornalismo e linguagem jornalística: Revisão concetual de base bibliográfica” pp. 1

com a criação de um novo jornalismo... os jornais são encarados como um negócio que pode render lucros, apontando como objetivo fundamental o aumento das tiragens” (Traquina 2004:20).

Este desenvolvimento está ligado a diversos fatores, desde sociais (como por exemplo: êxodo rural e escolarização), económicos (novos modelos de financiamento), tecnológicos/industriais (desenvolvimento dos correios e da produção em série) e políticos (surgimento de regimes democráticos, uma vez que tem como princípio central a liberdade).

Ainda tendo como base Traquina, o jornalismo e a política têm uma associação recíproca, visto que a liberdade é o princípio central.

A imprensa começa a ser vista e utilizada como um recurso de manifestação da opinião pública, bem como, de denúncia do poder, por sua vez, o jornalismo passa a ser reconhecido pela sua objetividade e independência. Começa-se a dar valor à informação em detrimento da opinião. Assim a imprensa começa a ser considerada uma forma de poder. Surgem novas formas jornalísticas, como a reportagem e a entrevista, bem como o jornalismo sensacionalista e o jornalismo popular. Começa também a existir maior investimento por parte das empresas de comunicação social, tornando-se maiores, dividindo tarefas de trabalho e apostam na profissionalização. No fim do século XIX, começa-se a dar maior importância às questões éticas e deontológicas.

Já no século XX, constitui-se fundamentalmente como uma profissão e os jornalistas empenham-se em afirmar-se como grupo profissional, focando a sua atenção em dois modelos: o modelo intelectual (elucidando a opinião pública através da sua posição) e o modelo especialista (competências técnicas reconhecidas).

É igualmente importante referir que ainda no século XX, mais exatamente nos anos vinte, o jornalismo ganha um novo "aliado": a televisão. Com o aparecimento da Televisão, e sua massificação a partir dos anos cinquenta, o jornalismo ganha mais poder o que originou mudanças nos planos políticos, económicos, tecnológicos e culturais. Devido às suas características (informação por meio de sons, imagens e escrita), tornou-se ao longo dos anos os “*mass media*” de maior relevo e uma forma do jornalismo e dos jornalistas chegarem a um público mais vasto (por exemplo, os analfabetos).

Já na segunda metade do século XX, surge uma nova corrente, designada como o “*Novo Jornalismo*”. Esta corrente tentava ultrapassar a clivagem jornalismo/literatura, assumindo-se como *jornalismo de autor*.

Os anos 90 são caracterizados pelo aparecimento da internet. Contudo, a adoção das tecnologias de informação e comunicação por parte do jornalismo tem levantado inúmeras discussões, tanto de ordem técnica como ética.

Segundo diversos investigadores, entre eles, Wolton (2000), as tecnologias de informação e comunicação trouxeram aos jornalistas e ao jornalismo diversos benefícios, entre estes a qualidade e flexibilidade no processamento da informação. Em contrapartida, consideram que a imprensa continua igual, não acreditando que essas mudanças possam alterar os princípios anteriormente consagrados. Segundo Del Bianco (2004:2), apesar do argumento ser válido é necessário ponderar e ter em conta a "...essência da natureza das tecnologias de informação de hoje, especialmente a internet..." pois considera que esta é diferente das do passado e que tal diferença pode alterar os valores e conceitos.

De certo modo, inúmeros investigadores, acabam por fazer uma comparação entre a revolução tecnológica e a revolução industrial, pois acreditam que tal como aconteceu na era industrial, a revolução tecnológica que assistimos, muda a "experiência do mundo".

Assim, segundo Castells (2001), a internet tornou-se ao longo do tempo, num espaço cultural, mas acima de tudo num espaço social. Pois estabelece a base "material" da vida e de diversas formas de relação, entre elas a informação e a comunicação

Se a tecnologia da informação é o equivalente histórico do que foi a eletricidade na era industrial, em nossa era poderíamos comparar a Internet com a rede elétrica e o motor elétrico, dado sua capacidade para distribuir o poder da informação por todos os âmbitos da atividade humana. Castells (2001:15).

Continuando a ter em conta Castells (*apud.* Alves, 2006:3), este acredita que a Internet tem como base, valores como a liberdade de expressão, individual, de pensamento, de comunicação horizonte entre utilizadores, visto que, a cultura da internet é uma junção de quatro "camadas superpostas... cultura tecnomeritocrática, a cultura hacker, a cultura comunitária virtual e a cultura empreendedora".

É na interação quotidiana com a Internet que os jornalistas aprendem a manejar os seus recursos de forma a conseguir informação. É nesse convívio com a atual realidade, que os jornalistas percebem os valores que conduzem a escolha fundamentada dos acontecimentos.

No contexto atual, onde a internet apresenta uma nova realidade, tem tido repercussões a diferentes níveis, visto que: "acelerou o processo que vem retirando aos jornalistas, se assim se pode dizer, o monopólio da difusão de informação sobre a atualidade no espaço público" (Fidalgo e Oliveira 2005:4), apesar disso, "as fontes primárias" de informação passaram a ter

meios de contactar diretamente os cidadãos com muito mais facilidade, acabando por criar novas exigências profissionais aos jornalistas e ao próprio jornalismo.

Defronte desta realidade, pode-se dizer que os aspetos principais do jornalismo estão a conquistar novas referências, tendo em conta os princípios culturais da sociedade de informação, onde as redes informáticas são utensílios de comunicação.

2.2 – A Notícia em Jornalismo

A notícia é um género jornalístico essencial e básico de qualquer publicação informativa. É a narrativa de um facto e/ou acontecimento atual, interessante e verídico.

Tendo em conta Traquina (2001), as notícias são uma consequência de um "processo de produção definido como a perceção, a seleção e a transformação de uma matéria-prima... num produto" (2001:94). A composição deste género de publicação é: Título *-Lead-* e corpo da notícia.

O *Lead* ou *Título* diz respeito ao primeiro parágrafo, onde faz uma pequena síntese da notícia (com a principal informação) e responde a seis questões: *o quê?* (ação); *quem?* (protagonistas); *quando?* (referência temporal) *onde?* (referência espacial); *como?*; *porquê?* (motivo). O título é o elemento de abertura de um artigo.

Tal como o título, o corpo da notícia também obedece a certas diretrizes de construção como: a utilização de uma linguagem simples (de forma a que atinja uma maior "audiência", principalmente quando se trata de empresas de comunicação social pouco elitistas); ter uma escrita que siga uma ordem direta e clara; dar preferência a verbos na voz ativa (retirando sempre que possível, verbos auxiliares); Usar apenas quando necessário adjetivos (evitando assim o uso abusivo); As siglas devem ser explicadas, desde que sejam pouco conhecidas.

Apesar de ser necessário seguir ou ter em conta algumas diretrizes quando se escreve um artigo, alguns autores (nomeadamente Crato 1986) recusam uma standardização em relação a este estilo jornalístico, pois consideram que não há um género uniforme, pois dentro de cada estilo há uma "abertura" suficiente para que o autor possa "carimbar" a sua personalidade no seu próprio género. Assim sendo, o jornalista deve proporcionar ao leitor, uma leitura da mensagem rápida, clara e eficaz.

É importante enquanto jornalista, diferenciar o que é importante do que é comum. Assim sendo, e tendo como referência a obra de Bond (1959) "Introdução ao Jornalismo", existem doze situações que criam impacto e consequentemente interesse, que o autor designa por "valores jornalísticos" são eles a proeminência; a raridade; o interesse nacional; o

interesse económico e pessoal; a catástrofe; a injustiça; o interesse universal; o drama; dinheiro (em grande quantidade); descobertas e invenções; crimes e violência.

Apesar do público ser o principal “alvo” da escrita dos jornalistas, muitas vezes devido as pressões, condicionamentos e pressas, estes acabam por "esquecer" quem vai ler, exceto, quem está diretamente relacionado (patrões, jornalistas, potenciais anunciantes) e segundo Neveu (2005), o leitor surge como o autor ausente das interações do jornalismo. Contudo a "obrigação" para com o público é e deve ser essencial.

Em suma, a narrativa jornalística, tem por base valores como a veracidade, a simplicidade e a clareza. Outra das conclusões relativamente a escrita de uma notícia é que esta está sujeita a algumas diretrizes essenciais para que o artigo consiga ser fácil de compreender a qualquer cidadão. Contudo, podemos compreender que nem sempre os jornalistas acabam por escrever -mesmo que inconscientemente, por motivos de pressa ou por qualquer outra circunstância-, para a entidade principal (os cidadãos). Muitas vezes os jornalistas veem-se "obrigados" a escrever para uma entidade especial que não o público. E este foi um dos principais fatores que conduziu à perda de “confiança dos cidadãos na imprensa” e veio complicar a defesa do interesse público no seio das empresas por parte dos responsáveis editoriais” (Kovach, 2004:82-83).

Após verificarmos as características principais do jornalismo de massa, bem como a evolução histórica dos mesmos e a noção de notícia, vamos abordar as particularidades da imprensa regional.

1.5 – A proximidade do jornalismo regional

O jornalismo regional segue a maioria das características anteriormente abordadas sobre o jornalismo. Contudo, existem algumas particularidades que fazem dele, em alguns casos, a única fonte de informação que é lida numa comunidade (principalmente nas mais isoladas).

Segundo Ribeiro, a imprensa regional desempenha uma função diferente na medida em que “relata acontecimentos ocorridos «à porta de casa» dos quais nenhum outro órgão fala”(2010:5). É essa característica de proximidade com a comunidade, que faz do jornalismo regional um caso particular.

a imprensa regional desempenha um papel notável de reforço de um conceito rico de cidadania. Cultiva a proximidade, é útil para quem a lê, estimula ou, pelo menos, conserva, laços identitários, culturais e históricos da maior importância. Acarinha o particular, numa altura em que só se prega o global. Cultiva a língua portuguesa, num plano cada vez mais raro na imprensa em geral (*apud.* Ribeiro 2010: 18).

Para muitos autores, a imprensa regional é a voz do leitor, pois “encontra a partilha das suas preocupações mais imediatas e que ele próprio ganha voz” (Martins 2008:7). Para além disso, o leitor é informado do que se passa ao seu redor, quer seja através de entrevistas aos agentes políticos, aos membros desportivos e culturais.

Apesar de ser considerado uma mais-valia para a comunidade que abrange, o jornalismo regional apresenta algumas fragilidades. Em primeiro lugar, são organizações “semi-amadoras”: “De entre os que desempenham funções editoriais, 44,4% declaram possuir carteira profissional de jornalista, 30,1% título de equiparado e 2% título de colaborador regional; 9,5% dos inquiridos não possuem quaisquer títulos habilitadores para o desempenho da profissão de jornalista” (Ribeiro 2010:34), em segundo tem uma ligação forte à elite local, em terceiro a pequena área de trabalho leva a uma baixa tiragem, Outra fragilidade do jornalismo regional é a ausência de poder económico, de uma boa gestão empresarial e de estratégias de marketing de forma a fidelizar o público, “os anunciantes mais importantes para a maioria das publicações são o comércio e empresas locais (57,4%); como segundos anunciantes mais importantes os órgãos e serviços da autarquia (23,4%); e na terceira posição surgem as indústrias locais (15,6%)” (Ribeiro 2010:34-35). Tudo isso origina um nível baixo de qualidade (Ribeiro 2010:25)

Segundo os dados disponibilizados pela ERC², as áreas metropolitanas de Lisboa e do Porto, são as que apresentam um baixo índice de leitura dos jornais regionais. Essa baixa penetração, pode ser explicada devido à forte concorrência da imprensa nacional (onde a maior parte das notícias estão relacionadas com esses dois distritos). Em termos estatísticos, a circulação da imprensa de *massas* em Lisboa, corresponde em média a 50% e já a leitura dos jornais regionais não passa dos 35%.

Porém, apesar das fragilidades apresentadas, é indiscutível a potencialidade do jornalismo regional, muito devido ao surgimento da internet que lhe concedeu capacidade para resistir.

² Dados retirados do estudo de Ribeiro (2010:31)

Capítulo II - A dupla função do Jornalismo Cultural – A Realidade Portuguesa

2.1 – A função do Jornalismo Cultural

Como foi referido no ponto anterior o jornalismo enfrenta inúmeros desafios nesta nova fase de globalização e o jornalismo cultural, mais do que qualquer outra dimensão do jornalismo, tem que se adaptar às novidades. Mas afinal o que é o jornalismo cultural?

Não existe uma única definição consensual do que é o jornalismo cultural, em parte porque o conceito de cultura remete para diversas discussões científicas³. Tendo por base a definição de Rivera (1995:19) é uma área do jornalismo complexa e diversificada pois expressa-se em diversas dimensões do campo artístico, como:

(...) belas artes, belas-letras, correntes de pensamento, ciências sociais e humanas, a chamada cultura popular e muitos outros aspetos que têm a ver com produção, circulação e consumo de bens simbólicos, sem importar a sua origem e o seu destino” e que deve traduzir de forma concreta as “problemáticas globais de uma época” e que “interprete dinamicamente a criatividade potencial do homem e da sociedade.

Para Teixeira Coelho, o jornalismo cultural tem que ter a sua própria linguagem, capaz de transpor fronteiras, pois “tem que dialogar com valores novos vigentes” de forma a ser um lugar de “inovação para quem pensa por si” (2007:24-25).

O jornalismo cultural tem uma dupla função: a de difusão, segundo Pastoriza (2006:11), é filtrar toda a informação da área cultural, trabalhá-la de forma homogénea e divulgá-la para que chegue aos consumidores de outros géneros de notícias e a de reflexão ou criativa que “explora campos estéticos e ideológicos inéditos ou já existentes”⁴ garantindo que a informação que chega ao consumidor faça com que as “pessoas pensem” (Cunha 2002).

A avaliação das produções estéticas, segundo Pereira (2007:5), restringe-se a três formas: a primeira está relacionada com “a crítica das obras de arte”, tendo em conta as regras dominantes (cânone) de forma a limitar as expressões artísticas ocidentais, a segunda é a “apresentação das obras de arte de forma referencial” sem o carácter analítico e a terceira “a vinculação do gosto estético à lógica do consumo”.

Apesar de não se saber ao certo sobre o início do jornalismo cultural, é aceite a ideia de que os primeiros artigos deste género jornalístico foram publicados em Inglaterra no século

³ Ver conceito cultural Capítulo 1.1- O Carácter híbrido da Cultura e das Artes

⁴ Rivera (1995:16)

XVII (Barradas 2010:11). É no Iluminismo, que surgem artigos com uma nova linhagem que criavam discussão sobre as questões políticas e culturais e nascem aí dois novos géneros jornalísticos a crónica e a crítica. É nessa fase que os jornais de todo o mundo começam a dar destaque ao jornalismo cultural. Com as revoluções industriais e com todas as mudanças sociais, políticas, tecnológicas e laborais no final do século XIX, o jornalismo cultural sofre alterações na sua abordagem, muito devido ao desejo de ascensão social por parte da burguesia.

As transformações vividas no final do século XIX trouxeram novas formas de potenciar a cultura. O aparecimento do rádio, cinema, fotografia e da televisão alteraram significativamente os conteúdos jornalísticos (culturais). Com o aparecimento das industriais culturais, os leitores deixam de apreciar e passam a consumir os objetos culturais e a modernização do estado de vida e do modo de agir das pessoas levou à massificação da cultura. Tais alterações levaram a que o jornalismo se adaptasse à nova realidade. Segundo Siqueira (2007), “o jornalismo é resultado da indústria cultural” (*apud.* Barradas 2010:11).

Mais recentemente, o jornalismo adaptou-se ao mercado económico. Essa adaptação levou à redução do espaço dedicado à crítica e o jornalismo cultural passa a ser função dos jornalistas, em vez de intelectuais e especialistas de arte como era feito anteriormente (Pastoriza, 2006). Segundo Alzamora (2008), é nessa fase que surgem novos estilos jornalísticos, como a entrevista, a reportagem, o perfil, as resenhas e os ensaios. Ainda tendo por base o mesmo autor, é com o aparecimento da televisão que o jornalismo cultural perde uma parte da sua marca reflexiva, pois começa a ter uma mistura entre entretenimento e informação, acabando por padronizar o género de textos e a abordagem das temáticas. Só mais tarde, quando surgiram os suplementos dos jornais diários, é que volta a surgir artigos de carácter reflexivo.

Nos tempos atuais, em que o jornalismo segue a lógica de mercado que originou a diminuição da estrutura física e do número de efetivos, os artigos de cariz cultural passaram, na grande maioria, por seguir uma linha comercial. Segundo Pereira (2007) “a fabricação do evento é mais importante, do que a sua essência” e muitas vezes a entrevista realizada pelos jornalistas é “pouco explorada”, originando artigos previsíveis.

Contudo não foi só a adaptação à lógica de mercado seguido pelos jornais a única responsável pela perda do carácter reflexivo e pouco criativo dos artigos (culturais) dos últimos anos. A indústria cultural compreendeu que podia tirar proveito do jornalismo cultural ao criar uma boa relação com a imprensa. Para tal, começou a desenvolver as assessorias e os gabinetes de comunicação, através do aperfeiçoamento da escrita (estilo idêntico ao do

jornalismo), que levou a um aumento da qualidade dos seus textos e, tornando os produtos culturais apetecíveis e chamativos. A qualidade dos textos enviados pelos assessores leva a que muitos jornalistas, muito devido às questões anteriormente faladas sobre a lógica de mercado, publiquem os textos recebidos (na maioria das vezes) na íntegra, deixando o caráter de qualidade e importância para último, daí muitas vezes vemos nos diferentes jornais portugueses o mesmo artigo.

Esta questão leva a que, muitas vezes, os jornalistas acabem por publicar notícias que no fundo não são notícias, deixando de trabalhar e divulgar assuntos realmente importantes para o público. É necessário por isso que o jornalista esteja atento a esta realidade. Claro que torna o trabalho do jornalista cultural mais difícil, porém é essencial para que cumpra a sua função de auxiliar o leitor a filtrar os maus dos bons produtos.

Devido à extensa oferta de produtos por parte das indústrias culturais, o jornalista tem que ter em conta ainda mais critérios para que possa executar o seu trabalho. Tendo em conta Alzamora (2008), os critérios do jornalismo cultural vão de encontro com a tendência e diretrizes do jornalismo⁵ e os critérios editoriais empresas de comunicação. Contudo é importante referir o critério da mediatização dos autores/criadores, segundo Barreto (2006:66), o jornalismo cultural está “cada vez mais inserido na sociedade do espetáculo” e é aqui que entra, mais uma vez, a lógica de mercado (artigos de venda rápida, ou segundo a autora “consumo imediato”) e a “aliança” com as indústrias culturais (artistas/autores menos conhecidos e sem uma boa acessória de comunicação, muito dificilmente conseguem chamar a atenção dos jornalistas, por sua vez, artistas/autores com reconhecimento na “praça” e com um boa acessória de comunicação acabam por terem o seus trabalhos expostos nas páginas dos jornais). O facto do jornalismo cultural dar cada vez mais ênfase ao mediatismo tem criado discussão por parte dos estudiosos, exemplo disso é Wernec, que considera que o único prejudicado é o leitor e que o mesmo não deve “ficar exposto às notícias tendenciosas que enalteçam esse ou aquele trabalho de forma gratuita. O importante não é o artista, mas sim o leitor” (*apud.* Lopes 2001:51). Esta questão leva, mais uma vez, à publicação de notícias que não são notícias, apenas têm como objetivo “aliciar ao consumo dos próprios produtos” (Barradas 2010:14).

Sobre o papel do jornalismo na divulgação cultural, alguns autores consideram que a mediação jornalística é um importante mediador entre os projetos artístico-culturais e os cidadãos, citando:

⁵ Abordado no ponto 1.4

(...) o processo de divulgação de uma obra de arte é mecanismo obrigatório para sua própria existência, a ponto de o processo de criação e de produção prever estratégias de condução do pensamento do artista até o público, momento em que o produto cultural se transfere de mãos (Segura 2008:6).

É indiscutível a importância da função de divulgação do jornalismo cultural para a sociedade, segundo Lopes é através deste género jornalístico que

(...) temos conhecimento dos principais eventos de cultura, como lançamentos de livros, de CDs, de filmes, de peças de teatro, de apresentações circenses, etc. E é também através deste tipo de jornalismo que recordamos os feitos de nomes grandiosos do ramo cultural (...) (2010:47).

Como anteriormente foi referido, o jornalismo cultural é uma das dimensões mais complexas do jornalismo, muito porque tanto a área geográfica a cobrir como as temáticas a trabalhar são bastante vastas e aqui surge mais um problema, quando o próprio jornalismo cultural tenta categorizar e separar as diversas atividades artísticas

Todas estas características, que têm surgido ao longo dos anos no jornalismo cultural (e em todos os géneros jornalísticos), tornam os artigos simples, pouco analíticos e descartáveis.

Tal como foi abordado no ponto anterior, o aparecimento dos *new media*, levou a uma nova adaptação do jornalismo devido às suas diversas vantagens e desvantagens.

No caso do jornalismo cultural, a internet veio, de certa forma, dificultar a “vida” dos jornalistas da área. Atualmente qualquer pessoa que tenha acesso à internet consegue facilmente através de um clique obter informações diversas sobre o panorama cultural nacional e até mesmo internacional. O problema (ou não) é que tais fontes de informação são as mesmas fontes dos jornalistas. Não podemos esquecer que as indústrias culturais também aderiam às vantagens do mundo globalizado.

Nos últimos anos, têm surgido inúmeros *blogs* que desempenham a função de divulgadores culturais. O surgimento dessas novas ferramentas é uma “faca de dois gumes” para o jornalismo cultural, por um lado, é uma ótima fonte de informação “... quando criados por especialistas de determinadas áreas, os seus comentários, apontamentos e registos constituem fontes credíveis para o jornalista cultural”⁶, contudo obriga o jornalista a inovar os seus conteúdos para não perder público.

⁶ Silva, Dora Santos (2009) “A Cultura no Jornalismo Cultural – Contributos para uma Redefinição e Ampliação do Jornalismo Cultural Português, no Contexto das Indústrias Culturais e Criativas” pp. 103

Segundo Silva (*apud.* Lopes 2010):

(...) A informação cultural tem hoje novos meios de difusão, o que gera novos conceitos sobre a forma de informar e, também, sobre o próprio tema... Os blogues, os flogs, os vlogs e os podcasts divulgam informação cultural, expandindo as perspetivas editoriais e linguísticas do jornalismo cultural...Emergência da Internet que possibilitou a redefinição de diretrizes editoriais e a ampliação da definição de jornalismo cultural, já que a diversidade de conteúdos culturais presentes em diversos sites, com milhares de visitantes, despertou a atenção dos editores para darem algo novo (...) (2010:52).

Todavia, muito do material “exposto” nas plataformas dos *new media* é de carácter divulgativo, não existindo portanto o carácter analítico e é nesse ponto que surge o novo desafio do jornalismo cultural, pois pode aproveitar para “encontrar temas excitantes e revolucionar o modo de escrever sobre eles” (Barradas, 2010:20). No fundo o importante é que os profissionais da área procurem constantemente diferentes ângulos, sem nunca descurar da qualidade inerente a profissão do jornalista.

2.2 – A Realidade Portuguesa

Feita esta abordagem ao conceito teórico do jornalismo cultural e às suas dimensões e funções é importante ter em conta a realidade portuguesa. Mas será que existe jornalismo cultural em Portugal?

Em comparação com alguns países europeus (Espanha e Reino Unido), concluímos que o jornalismo cultural não desempenha um papel de relevo na imprensa em Portugal (Silva 2009). A grande maioria das publicações sai nos suplementos semanais ou mensais dos grandes jornais portugueses, sendo que nas edições diárias desses mesmos jornais, a informação que é publicada está destinada para às últimas páginas. Segundo Carmo (2006 *apud.* Silva, 2009:94), existe uma escassez de informação e de dados sobre o jornalismo cultural em Portugal.

Fazendo uma pequena síntese da evolução histórica do jornalismo cultural em Portugal, podemos dizer que as primeiras referências remetem-nos para o século XVIII, com a revista *Gazeta Literária* que tinha cariz cultural. Durante o século XIX e XX surgiram diversas revistas de cariz cultural, que são, nos dias de hoje, “uma importante fonte da história cultural e política de Portugal”(Silva 2009:94).

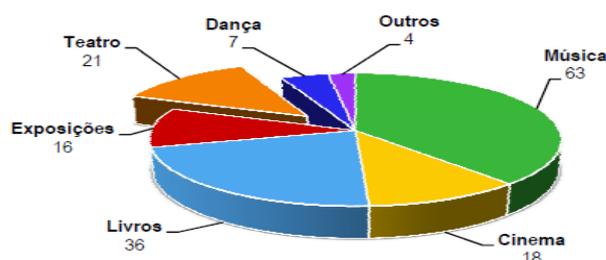
O século XX em Portugal ficou marcado pelo período Salazarista, período em que o jornalismo cultural desempenhou uma tarefa importante no campo político, através de

publicações que “constituíam veículos de tertúlia, cineclubes e movimentos literários que existam à margem da ditadura”(Silva 2009:94). Contudo, só após o fim da ditadura é que as temáticas culturais começaram a ganhar espaço nos meios de comunicação social. Também é nesse período que começam desabrochar as indústrias culturais em Portugal, sendo que na década 80 os *media* começam a ter maior interesse por esta seção e aparecem alguns jornais e revistas destinado à cultura.⁷

Como já foi referido, em Portugal os principais órgãos de comunicação social têm suplementos semanais ou mensais de cariz cultural. O jornal *Público* disponibiliza diariamente o caderno *P2* composto por assuntos variados que vão desde a sociedade, a cultura, as artes, a grelha televisiva e a agenda cultura. Para além do *P2*, ainda disponibiliza o suplemento *Ipsilon* e aos sábados disponibiliza o *Fugas*. Por sua vez, o *Diário de Notícias* disponibiliza diariamente as secções de arte e *media* e os suplementos: *IN* publicado ao sábado e o *Noticias Magazine* ao Domingo. Já o jornal *Correio da Manhã* dedica grande parte da sua secção aos “Famosos” e à cultura “*pop*”.

Outra realidade da secção de cultura dos maiores jornais portugueses é o pouco espaço dedicado ao teatro. Tendo em conta o estudo de Barradas (2010), podemos observar que o teatro é uma das poucas áreas artísticas exploradas, contudo e comparativamente à música e ao cinema apresenta resultados bastante baixos (gráfico 2.1).

Gráfico 2.2.1 – Número de artigos publicados no *ÍPSILON*, entre 5 de Março e 4 de Junho de 2010, segundo a área artística



Fonte: Barradas (2010:28)

Como é possível observar no estudo de Barradas (2010), que incidiu sobre o caso *Público*, dos 165 artigos publicados no suplemento semanal *Ipsilon* (num período de 3 meses) apenas 21 artigos eram referentes ao Teatro, contudo quando comparado com os artigos referentes as exposições, cinema, dança e outros, o número parece considerável, o que

⁷ Segundo Silva (2009:94) “Os semanários *Se7e* e *Blitz* são os jornais emblemáticos dessa altura, não só porque acompanhavam a cena artística portuguesa, como criavam tendências e vanguardas...”

segundo a autora, “acaba por elevar o teatro a um bom patamar” (2010:28). Situação oposta é a representação da música, com 63 artigos publicado no mesmo período de tempo, aproximadamente o triplo quando comparado com o teatro. A homogenia do mundo musical, também é visível, quando analisado o número de páginas por área artística. Num total de 400 páginas, 122 foram dedicadas à música, em comparação com o teatro que teve apenas 37 páginas. Importante referir que, apesar do cinema ter um número inferior de artigos, comparativamente com o Teatro (observar gráfico⁸), o número de páginas dedicadas à Sétima Arte é superior (90 páginas).

Dora Santos Silva⁹ confirma a mesma tendência, referido que no jornal *Público*, 50% do espaço dedicado aos artigos cultural era ocupado por artigos relacionados com a indústria musical e a indústria cinematográfica ocupava 42%. Neste estudo ainda refere o caso do *Diário de Notícias* onde ambas as indústrias ocupavam valores altos (26% e 42% correspondentemente) quando comparados com os restantes campos artísticos.

Esta realidade não é propriamente recente, segundo o estudo de Gadini¹⁰ (2002:48-49), a pesquisa indica que no que refere a “Matéria Principal de arte/cultura e número de páginas da editoria”, no caso do jornal *Público*, a música foi matéria principal em três dias sendo que cada notícia teve entre 9 a 5 páginas, já o cinema teve matéria principal durante quatro dias e teve uma média de 5 páginas cada. Por sua vez o teatro apenas foi matéria principal dois dias e o número de páginas foi 9 e 7 correspondentemente. No mesmo estudo, surgem dados sobre o *Diário de Notícias*, onde verificamos uma situação bastante parecida.

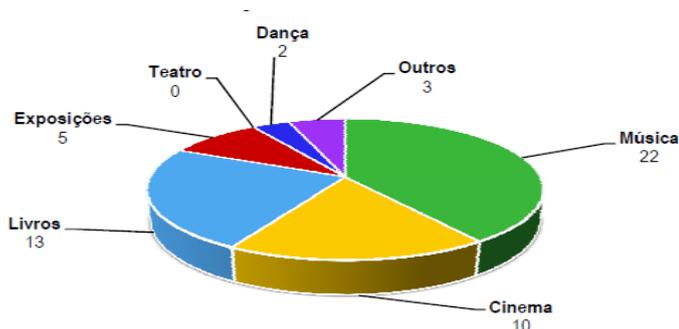
No que respeita à primeira capa (*ex-libris* de qualquer notícia) dos jornais portugueses, o estudo de Gadini (2002:49-50), observa que, na maior parte das vezes, a cultura não tem grande destaque (*manchete*) nem no jornal *Publico*, nem no *Diário de Notícias*. As notícias de cariz cultural acabam por ser referenciadas na capa através de “Janelas/selos” e “Chamadas”.

⁸ Consultar gráfico 1 no Anexo A

⁹ Estes dados no período 16 de Novembro e 29 de Novembro de 2007; o restante corpus compreendeu exemplares pontuais entre Novembro de 2007 e Maio de 2008. (Silva 2009:96)

¹⁰ Análise realizada com adições dos dias 01 a 16 de novembro de 2001.

Figura 2.2.2 – Chamadas de capa no *ÍPSILON*, entre 5 de Março e 4 de Junho de 2010, segundo a área artística



Fonte: Barradas (2010:31)

Através do gráfico 2.2.2, podemos ver que mais uma vez a indústria musical e a indústria cinematográfica são as que mais chamadas têm na capa do suplemento *Ípsilon*. A curiosidade aqui é o teatro que não teve nenhuma chamada na capa do suplemento e por sua vez, tanto as exposições e a dança, que têm um número de artigos/páginas reduzido face ao teatro, tiveram chamadas de capa.

Podemos concluir que existe um domínio das indústrias cinematográfica e da discográfica nas páginas culturais dos principais jornais portugueses. Contudo é importante referir que grande parte das notícias publicadas sobre o campo discográfico e cinematográfico são referentes às produções norte-americanas (Gadini, 2002:4; Silva 2010:98). Segundo a autora Dora Silva, a explicação está no poder que estas indústrias possuem

O grande impacto que o cinema e a música têm no jornalismo cultural tem a ver com a máquina de marketing que está por trás destes dois sectores: grandes produtoras cinematográficas e discográficas, que alimentam celebridades, implicam estratégias de comunicação e divulgação muito eficazes (Silva 2010:98)

Como foi referido anteriormente, para além do carácter “divulgativo” do jornalismo cultural, esse não pode cumprir a sua função (por completo), se não tiver um carácter analítico/reflexivo. Mas será que em Portugal, os artigos culturais têm essa componente analítica?

Quadro 2.2.1- Presença/Frequência de Crítica Cultural nos Diários Portugueses¹¹

| | <i>Diário de Notícias</i> | <i>Jornal de Notícias</i> | <i>Público</i> |
|--------|---------------------------|---------------------------|----------------|
| 1 | CM, CL, CW | -- | CM |
| 2 | -- | -- | CM, CTV |
| 3 | CM, CL | -- | -- |
| 4 | -- | CL | CM |
| 5 | CM, CL | -- | CTV |
| 6 | CL | CL | -- |
| 7 | CL | -- | CM |
| 8 | CL, CW | -- | CM, CTV |
| 9 | CL | -- | CL, CTV, CTV |
| 10 | CL | -- | CD |
| 11 | CM | -- | CT |
| 12 | CL, CT | CL | CM, CD, CTV |
| 13 | CL | -- | CTV |
| 14 | CM, CL | -- | CM |
| 15 | CL, CW | -- | CM, CM |
| 16 | CL | -- | CTV |
| Total: | 22 | 03 | 21 |

Fonte: Gadini, (2002:50-51)

Tendo como suporte o estudo de Gadini (2002), podemos concluir que, a maioria das críticas feitas são referentes ao campo musical (predominante no *Público*) e da literatura (predominante no *Diário de Notícias*). Em relação à Crítica de Teatro (CT), podemos afirmar que no período em análise, foi praticamente inexistente (apenas 1 artigo). Ainda sobre a crítica e tendo em conta o estudo de Barradas (2010:35)¹², podemos observar que a música (concertos) continuou a ser o campo artístico que originou artigos (critica) por parte dos jornalistas. Já o teatro continuou com um número bastante inferior de publicações comparativamente à música.

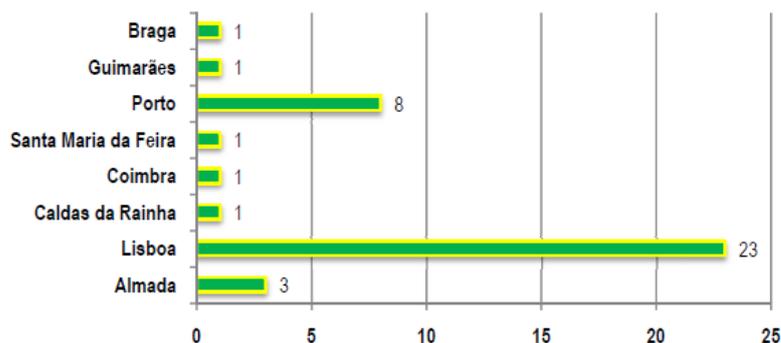
Outro ponto importante está relacionado com a cobertura geográfica do jornalismo cultural. Tendo em conta o gráfico 2.2.3, chegamos facilmente a conclusão, que grandes partes dos artigos sobre teatro, divulgados pelo jornal Público, são referentes a peças com presença em Lisboa e no Porto. Contudo, a Capital apresenta o número bastante superior (23 artigos) quando comparado com outra cidade. Ainda no mesmo estudo, a autora contabiliza o destaque “sair” da *agenda cultural* no P2 Lisboa e Cidades Lisboa¹³, mais uma vez, existe uma supremacia da cidade de Lisboa (80 sugestões de 92), no mesmo gráfico podemos observar que as restantes sugestões passam pelas localidades próximas de Lisboa.

¹¹ Legenda de Categorias Temáticas: Crítica de Artes Plásticas (CA), Crítica de Cinema (CC), Crítica de Dança (CD), Crítica Literária (CL), Crítica de Música (CM), Crítica de Teatro (CT), Crítica de TV (CTV), Crítica de Internet/Web (CW), Outras Críticas Culturais (OC).

¹² Consultar gráfico 2 no Anexo A

¹³ Consultar gráfico 3 no Anexo A

Gráfico 2.2.3- Localização geográfica dos artigos de teatro publicados no *Ípsilon*, entre 5 de Março e 4 de Junho de 2010



Fonte: Barradas (2010:32)

Em suma, a identidade do jornalismo cultural está, cada vez mais, ameaçada pelos diversos paradigmas que têm surgido nos últimos anos. O primeiro foi a substituição das críticas culturais, do debate de ideias e da exploração de novas vertentes artísticas em detrimento do mundo cor-de-rosa (mundo das celebridades), que ocupam atualmente a maioria dos destaques e das capas dos jornais. Outro paradigma é o aparecimento dos *new media*, que fomentou a partilha de informação cultural por parte de qualquer cidadão. Foi também essa diversificação de informação cultural que proporcionou uma redefinição dos padrões editoriais e do jornalismo cultural.

Capítulo III - Trabalho Empírico

3.1- Metodologia

O presente subcapítulo é dedicado às ferramentas metodológicas adotadas nesta dissertação, de forma a perceber o porquê e a finalidade das escolhas tomadas e de que forma os métodos aplicados irão ser conduzidos para o trabalho de investigação.

Qualquer investigação necessita de uma pergunta de partida (fio condutor), para que possa ser feito todo o desenho de pesquisa inerente ao estudo em causa. Neste caso, o fio condutor tem como finalidade perceber “Qual o papel dos *media*, nomeadamente a Imprensa Escrita e a Internet, na estratégia de divulgação das atividades dos Grupos de Teatro Profissionais e Amadores nos concelhos de Vila Franca de Xira e de Lisboa?”.

Outro ponto essencial para avançar no estudo é decidir quais os *media* e os grupos de teatro que vão ser analisados e porquê (objeto empírico). No que respeita aos *media*, a análise vai ter em conta a imprensa escrita nacional e regional. No que concerne aos *media* nacionais a escolha deve-se por serem os três principais jornais diários em circulação em Portugal (assim como o número de tiragens¹⁴) e o espaço dedicado à secção cultura.

Já em relação ao segundo grupo dentro da imprensa escrita será destinado aos jornais regionais, neste ponto e tendo em conta que, a análise será principalmente em Vila Franca de Xira e Lisboa, os jornais a analisar serão *O Mirante* (jornal regional de Vila Franca de Xira) e o *Expresso do Oriente* (jornal regional de Lisboa). E os *new media*, tive em consideração o *Facebook*¹⁵, bem como, os Sites Oficiais dos grupos de teatro em questão. Em relação aos Grupos de Teatro que fazem parte da análise foram divididos tendo em conta dois critérios (concelho e profissional/amador). Assim sendo, no concelho de Vila Franca de Xira foram analisados o *Grupo de Teatro do Grémio* (teatro amador) e o *Grupo Inestética* (teatro profissional), no concelho de Lisboa as *Oficinas de Teatro da Penha de França* (Teatro Amador), o *Artistas Unidos* e os *Artistas Unidos* (Teatro Profissional). É importante referir que a seleção dos grupos deveu-se principalmente à facilidade de comunicar e conseguir obter a informação dos mesmos, necessária para a realização do estudo.

Feita a pergunta, redigidos os objetivos – *I) perceber como é feito o processo de mediação entre os grupos de teatro e os media; II) apurar os critérios/valores para que uma atividade*

¹⁴ Dados obtidos pela Associação Portuguesa para o Controlo de Tiragens e Circulação (APCT).

¹⁵ Segundo dados da OBERCOM, 98% dos internautas portugueses possui perfis nesta rede social – Estudo OberCom (2014) “A Internet em Portugal – Sociedade em Rede 2014” pp. 16

de um grupo de teatro seja notícia (e perceber os critérios que diferenciam o tamanho da notícia); III) averiguar se existem diferenças entre os media de massa e os media regionais na divulgação das atividades dos grupos de teatro amadores e profissionais de ambos os concelhos; IV) perceber como são aproveitados os new media pelos grupos de teatro para a divulgação das atividades- e delineado o objeto em análise é possível avançar na investigação e perceber quais os métodos que mais se adequam às necessidades do estudo.

Nesta investigação as ferramentas metodológicas aplicadas foram a análise de conteúdo (quantitativa, elaboração de uma Grelha de Análise, e a qualitativa através do método entrevistas).

A análise de conteúdo, segundo Bardin (*apud.* Silva 2005:73), é definida como um aglomerado de técnicas de análise de comunicação, que permite a inferência de conhecimentos sobre às condições de receção/produção de mensagens, através da utilização de procedimentos e objetivos de descrição de conteúdos, quantitativos e qualitativos.

Ainda tendo em conta a definição do mesmo autor, a análise de conteúdo assume uma posição mais focada para a comunicação entre os indivíduos. Essa ideia é reforçada pelo autor Godoy (*apud.* Silva 2005:74), que afirma que esta análise engloba as diversas formas de comunicação escrita e oral. Podem também ser aplicadas as técnicas de análise de conteúdo sempre que exista qualquer tipo de comunicação que tenha uma mensagem de um emissor para um recetor.

Também Quivy e Campenhoudt (Quivy e Campenhoudt 1998) reforçam a ideia, afirmando que pode ser aplicada em vários tipos de mensagens, sejam derivadas de relatórios de entrevistas, programas audiovisuais, atas de reuniões, ou provenientes de livros, artigos de revistas/jornais ou documentos oficiais.

Este autor também reforça que a análise de conteúdo pode-se dividir em quantitativos/extensivos e qualitativos/intensivos. Os métodos quantitativos (extensivos), que têm como base a frequência do aparecimento de certos assuntos ou características de conteúdo e/ou existência de correlação entre os mesmos e os métodos qualitativos (intensivos) que têm como base a presença/ausência de certos assuntos ou característica, bem como a observação do modo como os elementos do discurso estão “ligados” entre si. Quivy e Campenhoudt (1998:225) afirmam ainda que estes métodos de análise de conteúdo podem ser divididos em três grupos de análise, a análise formal que incide sobre as diversas formas do discurso

(subdividida em análise de enunciação e de expressão), a análise temática que ocorre nos elementos que compõe o discurso (subdividida em análise de avaliação e categorial) e a análise estrutural que incide em aspetos que estão subentendidos na mensagem (subdividida em análise estrutural e de coocorrências).

No que respeita a análise quantitativa, foi elaborada uma grelha de análise (Grelha Oferta-Mediação)¹⁶, de forma a perceber se existe ou não existe mediação entre os jornais e os grupos. Como tal, e como foi referido anteriormente, verifiquei o espaço (secção de cultura dos respetivos jornais em análise) dedicado à divulgação das atividades de teatro (dos grupos em estudo) num período de cinco anos, tendo como referência a data de estreia das atividades. De forma a completar a informação, foi feita uma contagem do número de parágrafos de cada notícia e categoriza-la (*pequena, média* ou *grande*).

Para a medição do número de parágrafos tivemos como base o método aplicado por Gadini (2002:13-14), onde podemos diferenciar a importância e o destaque dado pelo jornal à notícia (neste caso as que fazem referência exclusivamente ao teatro), assim sendo, podemos considerar uma notícia *pequena* aquela cujo tamanho não exceda os três parágrafos; por sua vez uma notícia *média* terá entre quatro e dez parágrafos; e por fim uma notícia *grande* é considerada como tal, quando o número de parágrafos é superior a onze parágrafos. Apesar de ser um método pouco utilizado ou “inovador”, Gadini afirma que:

(...) é possível pensar e até ponderar que a visibilidade, importância e reconhecimento de um setor, tema ou matéria também estão diretamente associados ao espaço ocupado pelo texto jornalístico no produto jornal (...) (Gadini 2002:13).

A opção pelas entrevistas semidiretivas¹⁷ (análise qualitativa) permitiu ter uma boa perceção das diferenças individuais de cada grupo de teatro, dos jornais e dos processos. Além disso, deu a oportunidade de obter um bom grau de profundidade sobre a questão que se pretende investigar.

As entrevistas foram realizadas a quatro jornalistas e quatro responsáveis¹⁸ de comunicação de grupos de teatro. As mesmas foram realizadas presencialmente (face-a-face) de 9 de Maio de 2014 a 2 de Julho de 2014, gravadas em ficheiro áudio (duração média de 20 minutos) e posteriormente transcritas.

¹⁶ Consultar Anexo B

¹⁷ Consultar Quivy e Campenhoudt (1998)

¹⁸ Consultar Anexo D: entrevistados

Para terminar este subcapítulo são apresentadas as hipóteses de pesquisas da investigação, tendo tido em conta para a formulação das mesmas, os temas apresentados no enquadramento teórico.

A primeira hipótese -*São os grupos de teatro que recorrem aos media (imprensa escrita) para que as suas atividades sejam divulgadas e não o contrário*- prende-se com provas teóricas de que a indústria criativa¹⁹ tem uma preocupação que as suas atividades sejam publicadas nos jornais, pois devido às características dos *media*, chega a uma maior audiência²⁰.

A formulação da segunda hipótese -*“existem critérios/valores, como a génese do Grupo de teatro (amador ou profissional), a localização, custos e mediatização da equipa técnica e artística, para que uma atividade dos Grupos de Teatro seja considerada como notícia, e essas características também têm influência quanto ao alinhamento editorial”*- foi construída tendo por base as teorias sobre notícia (critérios da notícia no jornalismo²¹ e no jornalismo cultural), bem como tendência da lógica de mercado e o culto as celebridades²².

A terceira hipótese -*“É expectável que os media de massa divulguem na maioria apenas as atividades dos grupos profissionais e por sua vez os regionais dos grupos de teatro amador”*- teve por base, as diferenças entre o jornalismo de massas (lógica de mercado e culto pelas celebridades) e o jornalismo regional (conceito de proximidade)²³.

Por último, a quarta hipótese - *“Perceber como são aproveitados os new media pelos grupos de teatro para a divulgação das atividades”*- foi construída tendo por base teorias que se prendem principalmente nas temáticas relacionadas com a eminência dos novos *media* (internet) e todas as vantagens e desvantagens que o seu aparecimento originou tanto na sociedade, no jornalismo cultural e nas indústrias criativas.²⁴

¹⁹ Consultar Capítulo II - A dupla função do Jornalismo Cultural – A Realidade Portuguesa

²⁰ Consultar Capítulo I - O processo de transmissão de informação através dos *media* – O jornalismo de massa e o jornalismo regional p.5-11

²¹ Consultar Capítulo I - O processo de transmissão de informação através dos *media* – O jornalismo de massa e o jornalismo regional p.5-11

²² Consultar Capítulo II - A dupla função do Jornalismo Cultural – A Realidade Portuguesa

²³ Consultar Capítulo I - O processo de transmissão de informação através dos *media* – O jornalismo de massa e o jornalismo regional p.5-11

²⁴ Consultar ponto 1.3 - O processo de transmissão de informação através dos *media* – O jornalismo de massa e o jornalismo regional e Consultar Capítulo II - A dupla função do Jornalismo Cultural – A Realidade Portuguesa

3.2 – Resultados

Neste último subcapítulo da dissertação irá estar presente a elaboração de todo o trabalho empírico e a interpretação analítica deste estudo. Aqui foram analisadas as hipóteses de pesquisa, recorrendo à análise de conteúdo, comparando com dados secundários e com as repostas obtidas nas entrevistas.

Em primeiro lugar é importante perceber quais as estratégias que os grupos realizam para a divulgação das suas atividades.

Quadro 3.2.1 – As estratégias de divulgação das atividades dos grupos de teatro²⁵

| | <i>Media Tradicionais</i> | | | <i>New Media</i> | | | | | Outro |
|--|---------------------------|------------------|--------------|------------------|---------------------|-------------|-------------------|--------------|--------------|
| | Jornal | Televisão | Radio | Facebook | Site Oficial | Blog | Newsletter | Email | |
| <i>Grupo de Teatro do Grémio</i> | SIM | NÃO | NÃO | SIM | NÃO | SIM | SIM | SIM | SIM |
| <i>Artistas Unidos</i> | SIM | SIM | SIM | SIM | SIM | SIM | SIM | SIM | SIM |
| <i>Oficinas de Teatro da Penha de França</i> | NÃO | NÃO | NÃO | SIM | NÃO | NÃO | NÃO | NÃO | SIM |
| <i>Artistas Unidos</i> | SIM | SIM | SIM | SIM | SIM | SEM INF. | SEM INF. | SIM | SIM |

Como é visível no Quadro 3.2.1, os *media* são parte integrante de qualquer estratégia de divulgação de uma atividade de um grupo de teatro. Contudo, existem diferenças na tipologia de *media* que são usados pelos grupos de teatro. Em relação aos *media tradicionais* (*Imprensa Escrita, Televisão e Rádio*), podemos observar que, à exceção do grupo Oficinas da Penha de França, todos os restantes grupos recorrem a estes *media* para que as suas atividades sejam divulgadas, contudo, no que respeita à *TV* e à *Rádio*, apenas os grupos profissionais o fazem. Esta diferença na estratégia de divulgação resulta segundo os responsáveis de comunicação,

²⁵ O Quadro 3.2.1 – Foi elaborado tendo por base as respostas dos responsáveis de comunicação dos Grupos de Teatro em Estudo. Uma vez que não foi possível realizar a entrevista à *Companhia Teatral Inestética* (por falta de resposta em tempo útil para a análise), não foi possível obter informação. **Consultar no Anexo E: Guião de Entrevistas (Grupos de Teatro)** pergunta 1.

devido a terem uma estrutura com algum “renome” na praça e por outro devido às pessoas (com uma posição influente na praça mediática) por trás dos projetos.

Em relação à imprensa escrita, todos os grupos de teatro (mais uma vez, com exceção das Oficinas da Penha de França) recorrem a este meio de comunicação. Apesar de ser uma das principais ferramentas, todos os grupos consideram que é cada vez mais difícil contar com os jornais nessa tarefa, muito devido ao espaço reduzido destinado à cultura na imprensa nacional. Outro aspeto importante é a diferença entre os grupos e a imprensa. Os grupos profissionais recorrem tanto à imprensa de *massas* como à imprensa regional, contudo consideram difícil, tendo em conta a localização (Lisboa), que a imprensa regional local tenha interesse, por outro lado, é uma ferramenta essencial, quando apresentam as suas atividades fora da Área Metropolitana de Lisboa. Já nos grupos de teatro amador a realidade é diferente, apostando mais no jornalismo regional devido à sua característica de “proximidade”. Todavia e apesar do caráter de proximidade, consideram que não existe espaço, nem interesse em relação ao teatro por parte da imprensa:

(...) há envio da nossa parte mas, infelizmente, pouca resposta às nossas solicitações [E1, membro de grupo de teatro amador]

Já no que respeita aos *new media* podemos observar que todos os grupos, independentemente de serem amadores ou profissionais, recorrem a estas ferramentas (principalmente o *Facebook*) para a divulgação das suas atividades. De referir ainda que todos os grupos para além dos *media*, ainda recorrem a mecanismos “mais tradicionais” como cartazes de rua, convites e em alguns casos *outdoors* e separadores de livros.

Mas como é feita a mediação entre os grupos de teatro e os jornais? Por norma, são os grupos que contactam os meios de comunicação através de *email* (meio preferencial) ou via telefone. O primeiro contacto realizado com a imprensa escrita tem como objetivo informar sobre a atividade que o grupo vai estrear. Nesse mesmo contacto são fornecidos alguns elementos chave aos jornalistas.

Enviamos sempre um *press release* para todos os nossos contactos de imprensa e fotografias. Em alguns casos específicos²⁶ tentamos sempre propor um ator ou um encenador ou uma figura chave naquele projeto para ver se eles têm interesse em entrevistar ou fazer qualquer coisa em torno daquela pessoa para além disso, antes de uma estreia, fazemos um ensaio de imprensa e com algum tempo de antecedência contactamos os jornalistas a perguntar se eles gostavam de

²⁶ Exemplo mencionado na Entrevista Revista “ELLE”

vir, quando eles confirmam esperamos que escrevam sobre a peça. [E2, membro de grupo de teatro Lisboa]

Para além do *press release* a todos os jornalistas com um dossiê de imprensa que contém a sinopse, informações sobre o espetáculo e informações sobre os artistas, os responsáveis pela comunicação dos grupos não descartam contactar as entidades jornalísticas por telefone

(...) realmente não há nada como o *calling* e tentamos marcar entrevistas (...) [E3, membro de grupo de teatro Lisboa]

Outro aspeto importante é o cuidado a marcar os ensaios de imprensa devido à grande oferta que existe em Lisboa de forma a captar a atenção dos meios de comunicação social:

(...) há um cuidado de orientação de agendas, pois há muitos teatros em Lisboa, que normalmente estreiam ao mesmo tempo e nós sabemos que o espaço em agenda é cada vez mais reduzido, logo há intenção na marcação do ensaio de imprensa com antecedência para conseguir captar o máximo de jornalistas. Nos ensaios de imprensa os jornalistas podem usar as fotografias que enviamos ou podem fotografar o que é interessante para alguns meios. [E3, membro de grupo de teatro de Lisboa]

O processo de mediação é o mesmo no que respeita aos grupos amadores

(...) enviamos um mail a avisar sobre o dia de estreia. Nesse email são dadas informações sobre a peça, sinopse e equipa técnica... em alguns caso enviamos fotografias. [E1, membro de grupo de teatro amador]

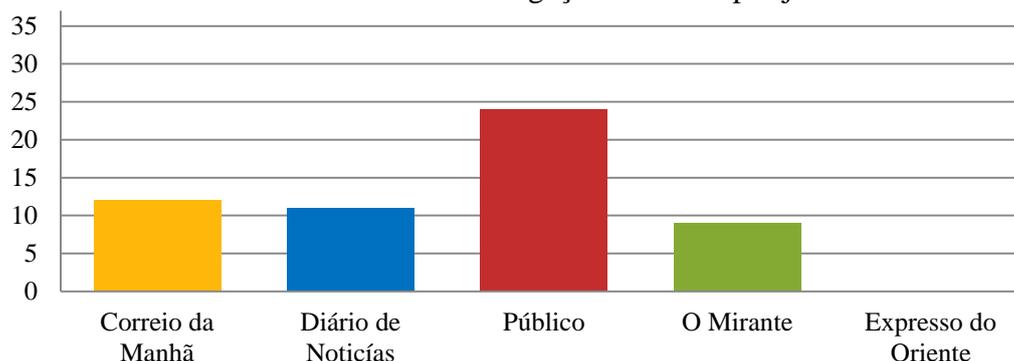
Mas será que essas diferenças entre os elementos e contactos influenciam a publicação de notícias nos diversos jornais?

Os gráficos que se seguem são resultado de uma análise comparativa sobre os artigos que saíram em cinco jornais (três jornais nacionais e dois regionais).

A primeira conclusão que chegamos é que 64,9%²⁷ das atividades dos grupos em análise foram referenciadas nos jornais. Mas será que existem diferenças entre os concelhos? Serão os grupos profissionais mais referenciados nos jornais, em comparação com os grupos amadores? Será que existem diferenças entre a imprensa nacional e a imprensa regional? Quais os jornais que mais divulgação fazem ao teatro? As referências nos jornais divergem (no que respeita ao tamanho da noticia) consoante o grupo ou equipa que faz parte do espetáculo? Estas serão algumas perguntas que serão respondidas nas próximas páginas.

²⁷ Consultar Quadro 1 no Anexo C

Gráfico 3.2.1 – Divulgação do teatro por jornal



Tendo em conta o gráfico 3.2.1, podemos observar que existe uma diferença significativa entre jornais e as publicações sobre teatro, nomeadamente aos grupos em análise. No que respeita aos jornais nacionais, o jornal *Público* foi o que mais publicações fez às atividades de teatro (24 publicações). Por sua vez, o *Correio da Manhã* (12 publicações) e o *Diário de Notícias* (11 publicações) apresentam números relativamente baixos, quando comparados com o primeiro. Em relação aos jornais regionais, a situação é ainda mais significativa, sendo que o jornal *Expresso do Oriente* não fez qualquer referência às atividades em análise.

Relembrando o estudo de Barradas (2010)²⁸, o teatro não é dos temas mais divulgados pela comunicação social, sendo que o destaque, na maioria das vezes, é dado ao cinema e à música, nomeadamente às produções norte-americanas. No mesmo estudo a autora chegou a conclusão que a maioria das publicações sobre teatro, no que respeita à localização geográfica, a cidade com mais presença é Lisboa.

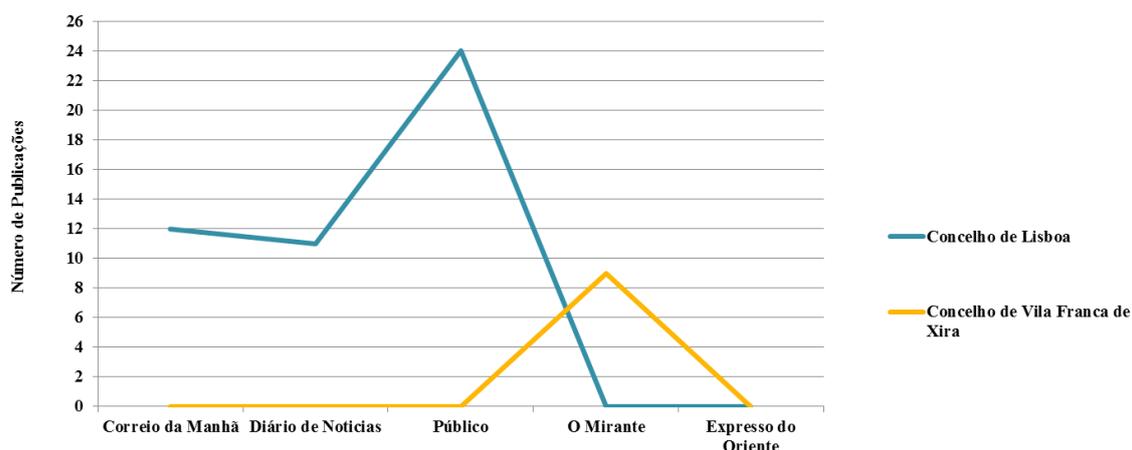
Em relação à diferença entre as atividades divulgadas segundo o concelho, podemos observar²⁹ a mesma tendência referida por Barradas. Das 64,9% atividades divulgadas pela imprensa escrita, 75,7% são referentes ao concelho de Lisboa e apenas 24,3% do concelho de Vila Franca de Xira, ou seja, Lisboa continua a ser a cidade com mais presença nos artigos, no que refere, às atividades de teatro.

Para além disso, podemos concluir que existem ainda diferenças no número de atividades divulgadas por jornal segundo o concelho e segundo o tipo de imprensa, como é perceptível na figura 3.2.2.

²⁸ Consultar Capítulo II - A dupla função do Jornalismo Cultural – A Realidade Portuguesa

²⁹ Consultar gráfico 1 no Anexo C

Gráfico 3.2.2 – Número de publicações por jornal segundo o concelho



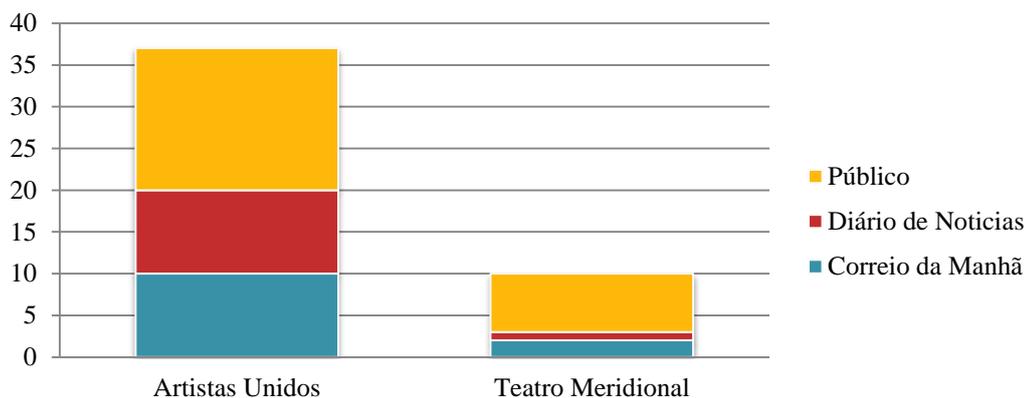
Através do gráfico, conseguimos chegar à conclusão, que os dois concelhos apresentam uma realidade bastante diferente. No concelho de Lisboa, todas as peças divulgadas foram através dos jornais nacionais, sendo que e como já foi observado no quadro 3.2.1, o jornal regional de Lisboa *Expresso do Oriente*, não divulgou nenhuma das atividades em estudo. Estes dados vão, de “certa forma”, ao encontro dos dados obtidos pela ERC (*apud.* Ribeiro³⁰) e podem ser explicados através do baixo índice de leitura dos jornais regionais na Área Metropolitana de Lisboa, devido à forte concorrência dos jornais nacionais, mas por sua vez, não explica o porquê da ausência de publicações sobre o grupo amador da região (tendo em conta a lógica de “proximidade³¹”). A segunda conclusão é a realidade inversa no concelho de Vila Franca de Xira. Das referências publicadas sobre os grupos de teatro do concelho, todas foram no jornal regional *O Mirante*, sendo que não existiu qualquer publicação por parte dos jornais nacionais.

Como já foi analisado no gráfico 3.2.1, o jornal *Público* foi aquele que mais referência fez às atividades dos grupos em análise (sendo que foram todas feitas aos grupos profissionais do concelho de Lisboa). Mas será que existem diferenças entre os grupos de teatro e os jornais?

³⁰ Dados retirados do estudo de Ribeiro (2010:31)

³¹ Consultar ponto 1.3- O processo de transmissão de informação através dos *media* – O jornalismo de massa e o Jornalismo regional

Figura 3.2.3 – Número de publicações tendo em conta o jornal e o grupo de teatro³²



Como é visível no gráfico 3.2.3, foi o jornal *Público* que fez mais referências aos dois grupos de teatro. No caso dos *Artistas Unidos* foram contabilizadas 17 publicações e sobre o *Teatro Meridional* 7 publicações. Por sua vez, o *Correio da Manhã* e o *Diário de Notícias* fizeram aproximadamente o mesmo número de referências aos grupos em questão. Outro dado importante a retirar do gráfico, é a predominância do número de referências ao grupo *Artistas Unidos* em comparação com o *Teatro Meridional* (e restantes grupos³³).

Em relação ao concelho de Vila Franca de Xira³⁴, *O Mirante* também apresenta resultados (percentuais) diferentes quando comparado o *Grupo de Teatro do Grémio* (teatro amador), com a *Companhia Teatral Inestética* (Teatro Profissional). Todas as peças analisadas da *Companhia Teatral Inestética* foram divulgadas (100%), por sua vez, apenas 66.7% das peças analisadas do *Grupo de Teatro do Grémio* saíram no jornal.

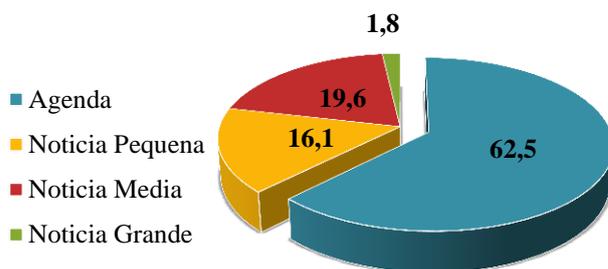
Como já foi referido, é notória a preferência dos grupos profissionais por parte da imprensa escrita, contudo é necessário perceber como é que essa divulgação é feita. Para tal, é preciso ter em conta se as referências que saíram foram apenas em agenda ou se foram uma notícia (tendo em conta também a dimensão da mesma).

³² Neste gráfico estão apenas apresentados os grupos de teatro que tiveram uma referência nos três jornais nacionais.

³³ Consultar gráfico 2 no Anexo C

³⁴ Consultar gráfico 2 e Quadro 2 no Anexo C

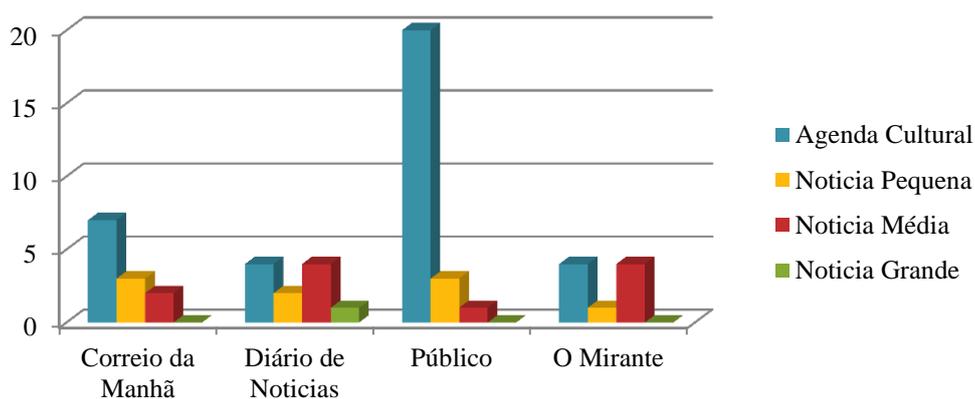
Gráfico 3.2.4 – Classificação dos artigos dos jornais (Agenda ou Notícia (dimensão))



Como é perceptível no gráfico 3.2.4, a esmagadora maioria das referências que saíram sobre os grupos de teatro nos jornais³⁵, foi em *agenda cultural* (62,5%). Já no que respeita às notícias, percebemos que existe um número considerável, embora não muito superior, de notícias médias (19,6%) quando comparadas às notícias pequenas (16,1%). Por sua vez, o número de notícias cuja dimensão é considerada grande é bastante reduzida (apenas 1,8%). A baixa percentagens de notícias grandes é explicada pela lógica de mercado que os atuais jornais seguem.

De forma a perceber se existe alguma diferença, no que concerne à dimensão e categorização das publicações, de jornal para jornal, filtrou-se a informação recolhida, como se pode observar no gráfico 3.2.5.

Gráfico 3.2.5 – Dimensão das notícias por jornal



Através do gráfico 3.2.5, conseguimos comprovar que em todos os jornais nacionais (*Correio da Manhã*, *Diário de Notícias* e *Público*) a *agenda cultural* é uma das principais

³⁵ Exceto o Jornal “Expresso do Oriente”, pois não fez qualquer referencia sobre os grupos em análise. Consultar gráfica 3.2.1.

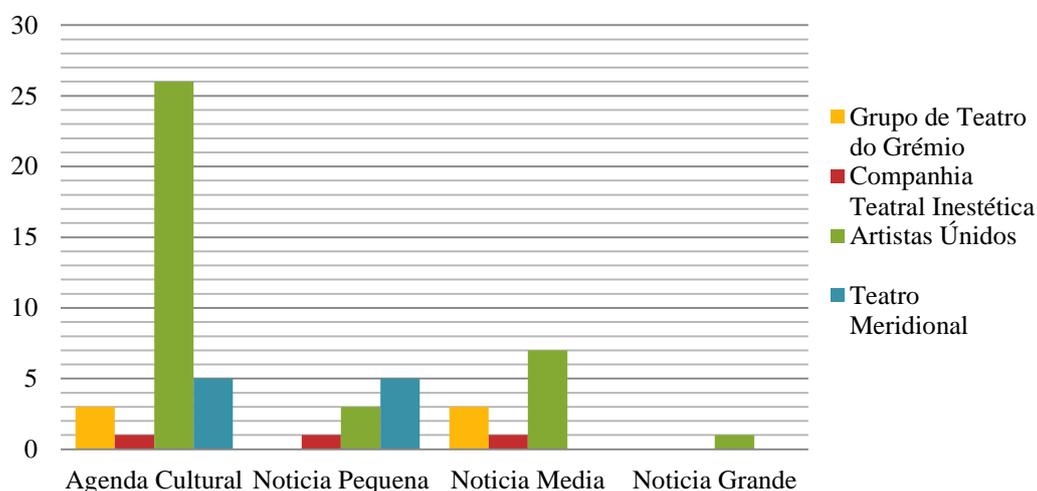
ferramentas para a divulgação das atividades dos grupos de teatro. As principais diferenças são no que diz respeito à dimensão da notícia, que varia de jornal para jornal. Em relação ao *Correio da Manhã*, não houve nenhuma *notícia grande*, sendo que a grande maioria (a exceção da *agenda*), foi uma *notícia pequena* que mais surgiram na edição em papel. De referir ainda, que no *Correio da Manhã*, nas notícias analisadas, houve situações particulares. Duas peças do grupo de teatro *Artistas Unidos*³⁶ apareceram na *agenda cultural*, contudo o jornal fez uma *notícia pequena* sobre as peças em questão. Para além dessas duas, a peça “O Rapaz da Última Fila”, também ela do grupo *Artistas Unidos* saiu como notícia (*média*) e foi complementado com um “chamada” sobre alguns pormenores da peça. Em relação ao *Diário de Notícias*, observamos uma realidade diferente quando comparada com os restantes jornais. Em primeiro lugar, foi o único jornal (tendo em conta as peças analisadas) que publicou uma *notícia grande* (página inteira) sobre um espetáculo, mais propriamente a peça dos *Artistas Unidos* “Rei Édipo” (peça protagonizada pelo conhecido ator Diogo Infante), que nos leva para a questão sobre a *mediatização*. Em segundo lugar, a exceção da *agenda cultural*, são as *notícias médias* que mais vezes foram publicadas. Tal como no *Correio da Manhã*, algumas notícias tiveram algumas particularidades. A peça dos *Artistas Unidos* “O Rapaz da Última Fila” para além de um artigo (notícia média), ainda teve uma chamada “curiosidades” e uma foto em destaque. Para além dessa, a peça do *Artistas Unidos* teve direito a um artigo (notícia pequena) e a foto em destaque. De referir que a peça “Palácio do Fim” do grupo *Artistas Unidos*, não foi publicada nenhuma notícia, sendo que a referência à peça foi feita em *agenda cultural*, contudo essa teve direito a foto em destaque na mesma edição do jornal. No que respeita ao jornal *Público*, podemos concluir que apesar de ser o jornal que mais publicações fez sobre as atividades de teatro³⁷, a grande maioria (aproximadamente 83%) apenas constou na *agenda cultural*, sendo que (tal como no *Correio da Manhã*), a exceção da *agenda cultural*, a *notícia pequena* é a mais utilizada pelo Jornal. Também no jornal *Público* existem algumas particularidades. As peças “Lisboa Invisível”, “VLCD! O lugar” e as “Centenárias” para além dos artigos, tiveram direito a uma foto em destaque. Por último, no jornal *O Mirante* apresenta valores aproximados no que respeita à dimensão das notícias (*notícias médias*), sendo que durante o período de análise nunca publicou uma *notícia grande*.

³⁶ Consultar Grelha – Peça Hedda e Peça “Campeão Ocidental”

³⁷ Consultar gráfico 3.2.1, 3.2.2 e 3.2.3

A análise pode ainda ser vista, na perspectiva dos grupos de teatro, de forma a percebermos se existem algumas semelhança entre grupos, no que respeita à dimensão dos artigos publicados nos jornais.

Gráfico 3.2.6 - Dimensão das notícias por grupo



Através do gráfico 3.2.6, podemos concluir que, existe uma tendência. No caso dos Artista Unidos, sendo o grupo com maioria divulgação e sendo a *agenda cultural*, a ferramenta mais usada pelos jornais para a divulgação das atividades, é expectável que a maioria das notícias fosse divulgada através dessa mesma ferramenta. Já no que respeita ao jornal regional de Vila Franca de Xira, podemos observar que no período em análise, o grupo de teatro amador em estudo (*Grupo de Teatro do Grémio*) 50% das atividades saíram em notícia, sendo que, todas elas foram *notícias médias*.

Podemos assim perceber, que existe (de certa forma) divulgação por parte da imprensa escrita sobre as atividades dos grupos de teatro. Contudo, é importante referir que existem algumas divergências entre o que é publicado, sobre quem é publicado, onde é publicado e a forma como são publicadas as atividades dos grupos de teatro.

Mas o que condiciona a divulgação das atividades? Porquê os jornais não informam o leitor sobre as atividades dos grupos de teatro? Serão os jornais regionais responsáveis pelas atividades dos grupos amadores?

A razão para a pouca publicação de artigos é explicada pelos jornalistas devido ao contexto da lógica de mercado³⁸ que os jornais atualmente vivem:

Há vinte anos os jornais eram feitos por jornalistas e propriedade dos jornalistas. Em vinte anos passaram todos para as mãos de grupos económicos. Os grupos económicos têm outras logicas, que não são as logicas dos jornalistas. Enquanto a missão do jornalista é a de informar, a dos grupos económicos é ganhar dinheiro e isso muda tudo... o paradigma da informação mudou em vinte anos radicalmente em Portugal. [E5, jornalista de órgão de comunicação nacional]

Uma das mudanças que ocorreram durante vinte anos é a diminuição do número de páginas destinadas à cultura, nomeadamente ao teatro, obriga o jornalista a ter ainda mais critérios para a seleção e publicação das atividades dos grupos/companhias de teatro

(...) Há vinte anos tinha uma página de teatro por dia no ... hoje em dia consigo publicar duas peças de teatro por mês... quando comecei há vinte anos tinha seis a oito páginas de cultura por dia, agora tenho uma (...) [E5, jornalista de órgão de comunicação nacional]

A redução do número de páginas e o espaço destinado ao teatro obriga a uma seleção ainda mais meticulosa por parte dos jornalistas. É aí que surgem os critérios que diferenciam o que deve ou não ser publicado. Os critérios não são unânimes de jornal para jornal e variam de acordo com a estrutura que cada jornal tem à sua disposição. Todavia, na maioria dos casos, os critérios básicos, são os mesmos que em qualquer secção do jornal³⁹.

(...)um jornal não pode divulgar tudo o que acontece (...) [E6, jornalista de órgão de comunicação nacional]

Todavia, há quem considera que os critérios acabam por bloquear o trabalho dos profissionais.

(...) Infelizmente para nós jornalistas que gostamos de Teatro e gostaríamos de fazer outras coisas e diversificar o nosso trabalho, não temos a possibilidade de o fazer na realidade (...) [E5, jornalista de órgão de comunicação nacional]

Porém, tendo por base as entrevistas realizadas, podemos considerar que existem cinco grandes critérios para que uma peça seja divulgada nos jornais. O primeiro critério são os recursos disponíveis

³⁸ Já referido no Capítulo I e II

³⁹ Consultar Critérios de Notícia no Capítulo I

Tentamos sempre não falhar coisas que sejam notoriamente importantes, mas muitas vezes tem a ver com o dia-a-dia do jornal, depende se há espaço, se há tempo, se há pessoal para o fazer. [E6, jornalista de órgão de comunicação nacional]

Dentro dos recursos disponíveis, outro aspeto que os jornalistas têm que ter em conta é o da Localização/Proximidade, com a atual crise que Portugal atravessa (e conseqüentemente as empresas de comunicação) aliado à lógica de mercado (contenção de custos), os grupos têm que estar acessíveis aos jornalistas. Uma atividade que obrigue o jornal a gastar mais recursos que o estipulado é na maioria das vezes posto de lado.

(...) o local onde eu vou tem que estar acessível, por exemplo: Cascais, Almada já não posso ir porque fica muito longe... e custa... os táxis tem que ser pagos e a contenção de custos é uma das prioridades do jornal... acabou tudo o que não seja na grande Lisboa. [E5, jornalista de órgão de comunicação nacional]

O Mediatismo, quer da equipa que integra o espetáculo quer do autor, é um critério fundamental (segundo critérios) para que a atividade seja publicada em determinado jornal.

(...) um espetáculo que não tenha uma pessoa conhecida, dificilmente consigo justificar ir aquele ensaio... onde está a Maria Rueff todos os jornalistas vão cobrir esse espetáculo (...) [E5, jornalista de órgão de comunicação nacional]

A ideia é reforçada ao comparar o tipo de grupo e os autores da peça:

A mesma peça de teatro feita por um grupo de pessoas conhecidas ou com estatuto no meio, ser mais importante do que um grupo universitário ou a própria peça pode ser mais importante que uma peça de um autor desconhecido (...) [E6, jornalista de órgão de comunicação nacional]

Porém o critério do Mediatismo não é uma prioridade em alguns jornais:

O jornal não vende bilhetes para os espetáculos, nós fazemos jornalismo, muitas vezes falamos sobre coisas que ninguém sabe o que é, porque esse é o nosso trabalho... dirigimos a vários grupos para diferentes pessoas... não é o mediatismo que nos faz correr para uma notícia, não é isso que nos move, porque nós temos mais espaço para escrever que os outros jornais, porque temos outras obrigações e porque achamos que o mediatismo não é um critério por si só... e muitas vezes esse mediatismo precisa de ser pensado e portanto o ângulo que o jornal empresta para esse mediatismo tem que ser necessariamente outro e não por um espetáculo ter nomes sonantes que vamos fazer, pelo contrário (...) [E7, jornalista de órgão de comunicação nacional]

Esta diferente realidade pode ser explicada através dos diversos mecanismos que o jornal possui, como os suplementos semanais, muitos deles dedicados à cultura (para além da secção diária de cultura, ainda tem um suplemento cultural à sexta-feira, uma revista que esta

nas bancas ao Domingo onde fazem entrevistas ou reportagens sobre determinados acontecimentos na área da cultura). Dentro do Mediatismo, podemos incluir a Relevância do Espaço onde a atividade irá a cena, os grandes palcos do país são mais chamativos do que os mais pequenos, mesmo que a equipa de atores (mediática) seja a mesma

(...) tem a ver com as instituições e pessoas envolvidas e pode passar por coisas como um espetáculo no Centro Cultural de Belém ter mais importância do que o mesmo espetáculo em Freixo de Espada à Cinta, mesmo que sejam as mesmas pessoas envolvidas. [E6, jornalista de órgão de comunicação nacional]

(...) o Teatro Nacional, o Teatro São Luís, o Teatro Municipal Maria Matos, a Culturgest, Gulbenkian entre outros são institucionalmente importantes, tem importância (...) [E5, jornalista de órgão de comunicação nacional]

Porém a relevância do espaço (na maior parte das vezes) não está dissociada do mediatismo da equipa artística

Se não tiver ninguém conhecido dificilmente é publicado... por exemplo vou ao Teatro do Bairro quando tem a Maria Rueff. [E5, jornalista de órgão de comunicação nacional]

O terceiro critério é a Atualidade, está relacionado com os acontecimentos que vão ocorrer durante a semana. Os assuntos são discutidos nas reuniões diárias com os editores do jornal.

(...) temos uma agenda onde vamos escrevendo os vários temas, esta agenda é prolongada pelo tempo que todos os jornalistas tem acesso. Depois o editor chega à reunião e fala sobre as temáticas e após discussão com os restantes jornalistas e colaboradores chegam à conclusão do número de páginas necessárias para a publicação (...) [E7, jornalista de órgão de comunicação nacional]

No caso dos suplementos, por vezes, a escolha de determinado espetáculo está relacionada com o tema principal da semana

(...) os vários colaboradores em conversa com os editores antes da reunião apresentam sugestões que são debatidas na reunião e muitas vezes durante as reuniões surgem novas propostas devido ao cruzamento de informações das diversas áreas da cultura (...) [E7, jornalista de órgão de comunicação nacional]

O quarto critério, está relacionado com, o Pessoal ou Apelativo. Em alguns casos, os gostos dos jornalistas podem influenciar a divulgação ou não divulgação do espetáculo

Há grupos e pessoas que vou ver sempre, ou tento ver sempre, porque gosto dos trabalhos deles e por vezes pode surgir mais trabalhos de determinado grupo, ator ou autor [E6, jornalista de órgão de comunicação nacional]

Contudo, esta ocorrência pode ser explicada não só pelo gosto, mas pela predisposição para ver determinada atividade

(...) não por gostar mais, mas porque estou mais disponível a. [E6, jornalista de órgão de comunicação nacional]

No que respeita ao apelativo, mencionam que, uma das funções dos jornalistas é dar a conhecer algo diferente, através de um ângulo apelativo, sendo que, nos jornais onde existe mais suplementos este é o critério fundamental

(...) olhamos para o conjunto de peças e escolhemos aquelas onde podemos oferecer um angulo mais interessante... nem toda a gente fala das mesmas coisas, este é o primeiro filtro e depois nem toda a gente fala da mesma maneira, porque os mecanismos à disposição são diferentes (...) [E7, jornalista de órgão de comunicação nacional]

O espetáculo pode ter algo especial ou apelativo que leva o jornalista a ver e a publicar algo que pode ser curioso para os leitores [E6, jornalista de órgão de comunicação nacional]

O último critério a abordar é a Gênese do grupo (amador ou profissional). Mais uma vez, a lógica de mercado, é segundo os jornalistas, a responsável pela diferença na divulgação das atividades dos grupos de teatro. Segundo os jornalistas, o espaço reduzido, o número de profissionais e os recursos financeiros (em alguns caso) não permitem a divulgação de determinado grupo. Se para os grupos profissionais já é difícil conseguir espaço na imprensa escrita portuguesa, para os grupos amadores é uma tarefa quase impossível, se não impossível em alguns jornais. Mas nem sempre foi assim

Quando eu tinha 8 páginas para a cultura era frequente publicar artigos sobre grupos amadores, tinha espaço para tudo. Tinha espaço para divulgar não só o teatro que se faz em Lisboa, como o teatro que se fazia no país inteiro [E5, jornalista de órgão de comunicação nacional]

Porém, quando um criador/encenador profissional trabalha com atividades relacionadas com comunidades, essa atividade pode ser publicada, dependendo do contexto em que está inserida.

(...) nós fazemos trabalhos sobre criadores profissionais com as comunidades, mas espetáculos amadores raramente...Sabemos que não temos tempos para trabalhar espetáculos infantis, amadores, festivais universitários, feiras medievais... não fazemos esse tipo de coisas. [E7, jornalista de órgão de comunicação nacional]

Em relação aos jornais regionais, o critério fulcral é a localização. Por norma são publicados artigos referentes ao que acontece na região, mas, isso não obriga que seja necessariamente sobre um grupo de teatro da zona

Tentamos dar notícia dos poucos espetáculos de teatro realizados na região, com base na informação que recebemos, tanto de promotores que são quase sempre autarquias, como dos próprios grupos [E8, jornalista de órgão de comunicação regional]

Neste ponto, podemos observar a lógica de «proximidade», característica predominante do jornalismo regional, dar a conhecer ao leitor o que acontece na sua “terra”.

Mas como são vistos esses critérios pelos grupos de teatro? A primeira conclusão a que se chega é que atualmente todos os grupos têm noção que existem critérios e que os mesmos condicionam a publicação ou não de um artigo sobre uma atividade. Para os grupos, segundo a experiência que têm, o critério da mediatização está no topo da lista.

(...) normalmente sim consegue-se mais atenção, mais feedback e mais espaço se for ou um elenco mais conhecido ou com figuras de maior relevo ou às vezes tem a ver com o autor. Se o autor for mais conhecido, clássico também pode ajudar a divulgar (...) [E2, membro de grupo de teatro Lisboa]

Uma influência brutal naquilo que são as possibilidades de comunicação com os meios de comunicação [E3, membro de grupo de teatro Lisboa]

Outro critério apelativo para os *media*, segundo os responsáveis de comunicação dos grupos de teatro é o da Atualidade dos temas abordados nas atividades

(...) por exemplo, no início do ano estreamos uma peça ... de um autor contemporâneo (não muito famoso), mas pela temática da violência, do *bullying* dos jovens no liceu. Acabou por encontrar uma grande adesão por parte da imprensa (...) [E2, membro de grupo de teatro Lisboa].

Também os grupos amadores têm noção das dificuldades que enfrentam na comunicação com os *media*, considerando que são para a imprensa escrita são:

Inexistente e automaticamente ignorados”, pois apesar de sermos grupos amadores, desenvolvemos e fomentamos a cultura, nomeadamente local. [E1, membro de grupo de teatro amador]

Apesar da não resposta por parte da imprensa escrita, os grupos amadores consideram que seria interessante a exposição dos seus projetos nos jornais, até porque trabalham com a comunidade

(...) interessante ver os *media* de massa divulgarem algo sobre os grupos amadores, até pelo reconhecimento dos projetos com a comunidade. [E4, membro de grupo de teatro amador]

Através do gráfico 3.2.4, e como já foi referido na análise, a esmagadora maioria das referências às atividades de teatro que saíram nos jornais foram em agenda. Todavia é importante perceber o porquê de ser a ferramenta mais usada pelos jornais e por outro lado é importante perceber o que diferencia (tendo em conta a perspectiva do jornalista) o conteúdo que deve ser destacado por notícia e aquele que deve ser apenas indicado na agenda. A realidade dos três jornais de massas é distinta, no que respeita à *agenda cultural*. No caso do *Correio da Manhã*, a *agenda cultural* só abrange a Grande Lisboa, contudo a jornalista lamenta a situação ressaltando a importância da agenda para os grupos e para o leitor “tudo devia passar pela *agenda cultural*. No caso do *DN*, atualmente o jornal não possui *agenda cultural* sobre o Teatro (confirmando assim e como é perceptível na grelha⁴⁰ os dados obtidos na análise) devido à imensa oferta que atualmente existe. Em relação ao jornal Público a agenda é elaborada por uma empresa contratada pelo jornal, sendo que, os jornalistas não escolhem o que é ou não publicado no cartaz. Contudo, os jornalistas consideram que a agenda cultural é uma das melhores ferramentas de divulgação e lá deveriam estar colocadas todas as atividades teatrais

Tudo devia passar pela agenda cultural...tudo acabe e devia estar na agenda [E5, jornalista de órgão de comunicação nacional]

Em relação os critérios que determinam o tamanho de uma notícia são os mesmos acima referido, tendo em conta o jornal. Em relação aos critérios da imprensa regional que diferenciam se deve ser ou não notícia, estão relacionados em primeiro lugar com a informação que recebem por parte dos grupos de teatro

Tentamos dar notícia dos poucos espetáculos de teatro realizados na região, com base na informação que recebemos, tanto de promotores que são quase sempre autarquias, como dos próprios grupos, e que é bastante escassa e incompleta. É raro recebermos uma ficha técnica de uma companhia ou um resumo de um espetáculo” e com a duração que o espetáculo vai ter “se uma peça vai estar em cena mais que uma noite... e se o grupo de teatro que a apresenta é da região, optamos por fazer notícia. [E8, jornalista de órgão de comunicação regional]

⁴⁰ Consultar Grelha em Anexo

Tendo em conta as dificuldades encontradas pelos grupos amadores na imprensa nacional, os jornalistas remetem a função de divulgação das atividades desses grupos para o jornalismo regional.

Eu espero que sim e há a expectativa que as atividades de teatro amador passem pela imprensa regional e que esse cumpra a sua função com a comunidade [E5, jornalista de órgão de comunicação nacional]

Já para os jornalistas dos jornais regionais, a sua função passa por colmatar as falhas da imprensa escrita nacional

Os jornais de Lisboa raramente publicam, para além da agenda, informações sobre espetáculos na "província" e mais raramente ainda sobre companhias de teatro amador. Nós sempre que temos a possibilidade fazemos [E8, jornalista de órgão de comunicação regional]

Podemos concluir que existe critério para que determinada notícia seja divulgada ou não na imprensa escrita. Porém e tendo em conta os conceitos sobre o jornalismo e a notícia, independente do ramo do jornalismo nem tudo pode ser publicado num jornal. Outra conclusão que podemos tirar daqui é que os critérios variam de empresa para empresa de comunicação, contudo e tendo em vista a lógica de mercado que atualmente o setor vive, os critérios que envolvam gastos são excluídos «automaticamente». Ainda na lógica de mercado, surge outro critério, a mediatização do elenco ou a relevância do espaço de atuação, que influencia a escolha, pois trata-se de notícias com boa aceitação no mercado, logo mais vendáveis. Por fim, a realidade no que respeita a divulgação das atividades é do conhecimento dos grupos de teatro.

Conquanto e tendo em conta o Quadro 3.2.1⁴¹, podemos observar que apesar dos grupos de teatro terem conhecimento das dificuldades na publicação, não descartam a imprensa escrita na sua estratégia.

Em relação aos *new media*, é possível observar no Quadro 3.2.1, que todos os grupos não dispensam esse meio de comunicação no que respeita a estratégia de divulgação das suas atividades. Mas será que, a utilização destas ferramentas virtuais devem-se simplesmente às dificuldades encontradas para a divulgação por parte da imprensa escrita? Os motivos para a utilização são variados e depende se o grupo é amador ou profissional. Em primeiro lugar, como estamos num mundo claramente conectado, os grupos sabem que para chegar a um público maior e mais diversificado a internet é a melhor ferramenta

⁴¹ Consultar página 27

(...) a realização das redes sociais trouxe público, sem dúvida... e isso verificou-se em Setembro, quando começamos efetivamente a usar o Facebook, verificou-se que as pessoas estão na net e veem... Houve um investimento publicitário que capitaliza o número de visualizações e interação das pessoas com os conteúdos. E trouxe malta nova ao teatro... conseguimos chegar a público novo... é uma ferramenta «para encher salas». [E3, membro de grupo de teatro Lisboa]

A segunda razão, e que não é consensual entre os grupos de teatro, está relacionada com as dificuldades encontradas com a imprensa escrita, podendo ser vista como substituição de um *media* por outro. Por um lado, os grupos amadores acreditam que os *news media* são uma ferramenta indispensável na estratégia dado às suas características, como por exemplo: acesso livre, baixos custos (ou inexistentes) de propaganda e uma forma de substituir a imprensa escrita devido a falta de interesse e resposta que encontram

Somos praticamente invisíveis para a imprensa escrita, por outro lado a crise não permite grandes custos de propaganda com cartazes, envio de convites etc... logo se queremos que o público tenha conhecimento e veja os nossos espetáculos temos que substituir os mecanismos ditos normais e utilizar novos recursos [E1, membro de grupo de teatro amador]

Porém os grupos profissionais não veem os *new media* como uma ferramenta de substituição da imprensa escrita, mas sim uma complementaridade

Eu acho que que os *new media* cumprem objetivos diferentes... uma complementa a outra (...) [E3, membro de grupo de teatro Lisboa]

Tal complementaridade é vista por um lado pela legitimidade e reconhecimento que a imprensa escrita ainda tem na sociedade atual e pelo fato de uma faixa etária da população portuguesa ainda não ter acesso às ferramentas *online*.

Não substituí a imprensa escrita por uma questão de legitimidade dos próprios conteúdos e por uma questão de um prestígio para as próprias companhias [E3, membro de grupo de teatro Lisboa]

Sentimos que há uma faixa de público mais velha que não utiliza tanto. Portanto não podemos limitar só a esses novos mecanismos com o risco de perder esse público. Por exemplo: experimentámos o ano passado, por uma questão orçamental não enviar convites por correio e enviar só o convite via *newsletter* e tivemos algumas queixas de pessoas que não receberam informação e não sabiam de nada (...) [E2, membro de grupo de teatro Lisboa]

Apesar dos *new media* serem usados com um recurso auxiliar ou até mesmo de substituição da imprensa escrita, este resulta, muitas vezes, como fonte para os próprios jornalistas

No outro dia fui fazer um espetáculo, que eles nem comunicaram muito bem com a imprensa escrita, eu descobri aquilo porque vi no *Facebook* e acabou por ter uma chamada de cada... como no *Facebook* tenho imensos amigos, imensas pessoas relacionadas com teatro vou apanhando imensas coisas (...) [E6, jornalista de órgão de comunicação nacional]

É ainda importante referir que, muitas vezes, e devido ao espaço reduzido das edições em papel dos jornais ou a contratempos que surgem, os jornalistas usam as ferramentas *online* (site oficial do respetivo jornal) para divulgar artigos sobre determinada atividade teatral.

Conclusão

A realização desta dissertação teve como objetivos perceber como é feito o processo de mediação entre os grupos de teatro e os *media*, apurar os critérios/valores para que uma atividade de um grupo de teatro seja notícia (e perceber os critérios que diferenciam o tamanho da notícia), averiguar se existem diferenças entre os *media* de massa e os *media* regionais na divulgação das atividades dos grupos de teatro amadores e profissionais de ambos os concelhos e por fim perceber como são aproveitados os *new media* pelos grupos de teatro para a divulgação das atividades.

A primeira conclusão a que chegamos é que os grupos de teatro apostam nos *media*, tanto a imprensa escrita como a internet, para divulgarem as suas atividades. Contudo, e devido às características dos grupos, são os profissionais os que mais apostam na imprensa nacional e na imprensa regional (e nos *media* tradicionais), enquanto, os grupos amadores têm apostado mais nas ferramentas *online*.

A segunda conclusão é que a própria imprensa nacional dá mais importância ao teatro profissional da região da Grande Lisboa do que aos restantes grupos de teatro. Neste ponto a explicação está relacionada com a lógica de mercado que o sector dos meios de comunicação vive, em que a contenção de custos é a maior prioridade, juntamente com o aumento do número de vendas. Claro que é sabido que desde que a internet apareceu, o número de vendas dos jornais nacionais teve uma queda significativa. É essa lógica de mercado que levou à diminuição de espaço dedicado à cultura, diminuição de jornais e a realização de notícias vendáveis, que explica os atuais critérios que os jornais têm que seguir de forma a perceber se uma atividade deve ser ou não publicada. O primeiro critério está relacionado com os recursos, sendo que a localização do grupo ou do sítio onde o espetáculo vai «a cena» é muito importante pois, devido à política de contenção das empresas de comunicação, impossibilita o jornalista sair da zona de Lisboa, coisa que não acontecia há dez ou vinte anos atrás. Outro critério é o do mediatismo dos elementos dos grupos, percebemos que a probabilidade de sair um artigo está em muito relacionado com o facto de a atividade ter uma cara sonante no campo artístico, pois é o que o público procura, logo origina vendas. Dentro desse critério ainda temos a relevância do espaço onde a atividade vai estar «em cena», usando a expressão de um jornalista da imprensa nacional “um espetáculo no Centro Cultural de Belém não é a mesma coisa que um em Freixo de Espada à Cinta”. O terceiro critério é a atualidade, este critério pode ser desde o que temos em agenda que pode ser bom de divulgar até a assuntos

que estejam em voga ou em discussão na sociedade. Em quarto temos o critério do pessoal ou apelativo e está relacionado com o gosto pessoal do jornalista ou com o ângulo de interesse que determinada atividade pode dar ao espetador. O último, está relacionado com a Gênese do grupo de teatro, que distingue os grupos amadores dos profissionais. A dimensão da notícia que sai no jornal varia de acordo com os mesmos critérios. Percebemos também que o que sai e agenda, muitas vezes é elaborado por uma empresa contratada pela entidade jornalística e que não é trabalho do jornalista, sendo que, muitas vezes o próprio jornalista não sabe o que está na agenda.

A terceira conclusão é a diferença entre o jornalismo nacional e o jornalismo regional. Através das entrevistas conseguimos perceber que os jornalistas da imprensa nacional consideram que a falta de espaço, tempo e recursos leva a que as atividades de teatro amador não sejam publicadas, acabando por justificar essa ausência como sendo função do jornalismo regional. De certa forma é verdade que o jornalismo regional, devido ao carácter de proximidade, tem essa vocação. No lado do jornalismo regional a percepção é de que tem que colmatar as falhas da imprensa nacional e divulgar as peças da terra. Contudo e visto que grande parte das estruturas de teatro são amadores, o jornalismo regional, não consegue obter informações sobre a atividade que justifique ser notícia. Porém e perante a análise quantitativa que foi feita, observamos que no concelho de Vila Franca de Xira não existe uma grande diferença entre a génese do grupo e no conteúdo publicado pelo jornal regional (apesar de ser maior no grupo profissional). Já no concelho de Lisboa, todas as peças divulgadas pelos jornais diziam respeito a grupos profissionais. Facto curioso é a não divulgação feita pelo jornal regional de Lisboa de nenhuma das atividades em análise, porém e como foi referido, essa não divulgação pode ser explicada pelo baixo índice de leitura de jornais regionais pelos habitantes do concelho.

A quarta conclusão é a utilização dos *new media* enquanto ferramenta na estratégia de divulgação das atividades dos grupos. Neste ponto é notório que para os grupos amadores de ambos os concelhos a utilização dos mecanismos fornecidos pela Internet devem-se especialmente ao facto de não conseguirem espaço, nem resposta por parte da imprensa escrita nacional e muitas vezes da regional. Por outro lado é explicado devido a se tratar de grupos sem fins lucrativos ou de associações recreativas, a utilização da internet ajuda na contenção de custo que outrora eram destinados para propaganda (exemplo: cartazes, convites, publicidade). Já em relação aos grupos profissionais usam os *novos media* para complementar a imprensa escrita, nunca para o substituir, por um lado porque a Internet chega

a um grande público, principalmente jovem que não tem por hábito ir ao teatro, por outro, a Internet ainda não tem o caráter de prestígio e legitimidade que a imprensa escrita adquiriu ao longo do tempo.

Fontes

OBERCOM

ASSOCIAÇÃO PORTUGUESA PARA O CONTROLO DE TIRAGENS E CIRCULAÇÃO (APCT)

Bibliografia

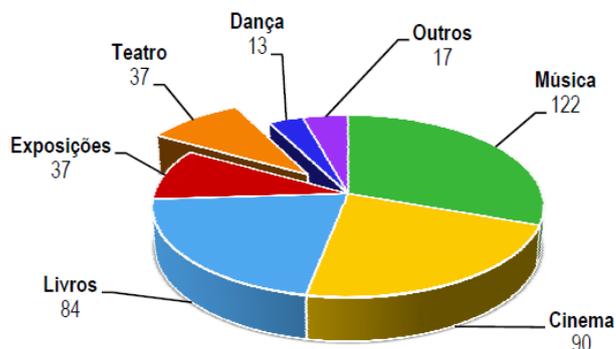
- Alzamora, GC; segura, A.; Golin, C. (2008) “O Que É jornalismo cultural?.” Programa Rumos Itaú Cultural. (Org.). *Mapeamento do ensino de jornalismo cultural no Brasil em 2008*, São Paulo: Itaú Cultural, 2008, v., P. 70-81. (online)
Disponível em: http://www.academia.edu/4478201/ALZAMORA_G._C._SEGURA_A._GOLIN_C._O_que_e_jornalismo_cultural_.In_Programa_Rumos_Itau_Cultural_Org._Mapeamento_do_ensino_de_jornalismo_cultural_no_Brasil_em_2008._Sao_Paulo_Itau_Cultural_2008_v._p._70-81
- Alves, Ana Paula Andrade (2006) “Resenhas educativas: Uma revista de resenhas de Livros” (online)
Disponível em: <http://www.edrev.info/reviews/revp49.pdf>
- Ávila, Patrícia (2008) *A Literacia dos Adultos: Competências-Chave na Sociedade do Conhecimento*, Lisboa, Celta
- Bardin, Laurence (2009), *Análise de Conteúdo*, Lisboa, Edições 70.
- Barradas, Maria Clara (2010) *O teatro na comunicação social portuguesa: O caso do jornal público* Relatório de Estágio apresentado para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Jornalismo, FCHS Universidade Nova de Lisboa, Lisboa (online)
Disponível em: <http://www.rcaap.pt/detail.jsp?id=oai:run.unl.pt:10362/6009>
- Barreto, Ivana (2006), *As realidades do jornalismo cultural no Brasil*; Contemporânea, n^o7
- Becker, Howard, (1982) *Art Worlds*, Berkeley, University of California Press
- Beck, Ulrich, Anthony Giddens e Scott Lash (2000) *Modernização Reflexiva – política, tradição e estética no mundo moderno*, Oeiras, Celta
- Bianco, Nelía R. Del (2004) “A Internet como fator de mudança no jornalismo”, *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação* (online),
Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/bianco-nelia-internet-mudanca-jornalismo.pdf>
- Bourdieu, Pierre (1993), *The field of Cultural Production: essays on art and literature*, Cambridge, Polity Press; Nova Iorque, Columbia University Press
- Bourdieu, Pierre (1996) *As regras da arte*, Lisboa, Presença
- Castells, Manuel (2001) *La galaxie Internet*, Paris, Fayard
- Correia, Fernando (1997) *Os Jornalistas e as Notícias*, Lisboa, Caminho, Lisboa
- Correia, Fernando (2006), *Jornalismo, Grupos Económicos e Democracia*, Caminho, Lisboa
- Correia, Rita (2008), “Para quem escrevem os jornalistas?”, *Biblioteca Online de Ciências da Comunicação* (online)
Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/correia-rita-para-quem-escrevem-os-jornalistas.pdf>
- Crato, Nuno (1987), *Comunicação Social - A Imprensa*, 2^a edição, Lisboa, Presença
- Crespi, Franco (1997) *Manual de sociologia da cultura*, Lisboa, Estampa
- Fidalgo, Joaquim e Oliveira, Madalena (2005) “Da justiça dos tribunais à barra da opinião pública- As relações entre a Justiça e a Comunicação Social”, *Estudo sobre a reconfiguração do campo da comunicação e dos media em Portugal*, financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT). (online)

- Disponível em:
[https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/7438/1/Fidalgo,%20J.%20%26%20Oliveira,%20M.\(2005\)-Media%20e%20Justi%C3%A7a.pdf](https://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/7438/1/Fidalgo,%20J.%20%26%20Oliveira,%20M.(2005)-Media%20e%20Justi%C3%A7a.pdf)
- Foucault M. (s.a) *As palavras e as coisas: uma arqueologia das ciências humanas*. Tradução de António Ramos Rosa. Lisboa: Portugalia; imp.1991
- Giddens, Anthony *Sociologia*. Tradução de Figueiredo, Maria Alexandra. Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian, 2004
- Gadini, Sérgio Luiz (2001), “Tematização e agendamento cultural nas páginas dos diários portugueses”. (online)
Disponível em: <http://www.bocc.ubi.br/pag/gadinisergio-jornalismo-cultural-diarior-portugueses.pdf>
- Kovach, Bill e Rosenstiel, Tom. (2003) *Os elementos do jornalismo; o que os jornalistas devem saber e o público exigir*, São Paulo, Geração Editorial
- Lopes, Ígor Pereira (2010), *Jornalismo cultural nas redações. Um olhar sobre a actuação dos jornalistas no Brasil e em Portugal*, Mestrado em Comunicação e Jornalismo, Coimbra, FLUC, Coimbra
- Lopes, João Teixeira (1998), *A cidade e a cultura – um estudo sobre práticas culturais urbanas*, Porto, Afrontamento
- Lopes, Paula Cristina (s.a) “Jornalismo e linguagem jornalística: Revisão concetual de base bibliográfica”, Universidade Autónoma (online)
Disponível:<http://repositorio.ual.pt/bitstream/11144/198/1/jornalismo%20e%20linguagem%20jornal%C3%ADstica.pdf>
- Morais, Isabel (2009) *Captação de Públicos por grupos culturais – O caso da companhia teatral do Chiado*, Dissertação de Mestrado em CCTI, ISCTE, Lisboa.
- Neveu, Érik (2005), *Sociologia do Jornalismo*, Porto, Porto Editora, 2005
- Pastoriza, Francisco Rodríguez (2006) – *Periodismo cultural*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Pereira, José Dantas; Lopes, Marcelino de Sousa e Rodriguez, Roberto Pascual (coord.) (2010), *O Estado do Teatro em Portugal*, Viana do Castelo
- Pereira, Wellington (2001), “As mídias e as linguagens totalitárias” (online)
Disponível em: <http://www.bocc.ubi.br/pag/pereira-wellington-midiologia.pdf>
- Pereira, Wellington (2007), “Jornalismo Cultural: procedimentos pedagógicos”. (online)
Disponível:http://www.itaucultural.org.br/rumos2007/pdf_jornalismo/Wellington%20Pereira.pdf
- Quivy, Raymond & Luc Van Campenhoudt, (1998) *Manual de Investigação em Ciências Sociais*, Lisboa, Publicações Gradiva
- Ribeiro, Joaquim (2010) *A imprensa regional e as comunidades locais Jornal Alvorada: caracterização de um quinzenário local do concelho da Lourinhã*, Dissertação de Mestrado em Antropologia, ISCTE, Lisboa
- Rivera, Jorge B. (1995) *El periodismo Cultural*, Buenos Aires: Paidós
- Santos, M^a de Lourdes Lima e Pais, José Machado (coords.) (2010) *Novos Trilhos Culturais: Práticas e Políticas*, Lisboa, ICS.
- Schudson, M. (2003). *The Sociology of New*, New York City: W.W. Norton & Company, Inc.

- Silva, Dora Santos (2009) “A Cultura no Jornalismo Cultural – Contributos para uma Redefinição e Ampliação do Jornalismo Cultural Português, no Contexto das Indústrias Culturais e Criativas”, Congresso 6º SOPCOM, 8º LUSOCOM (online)
Disponível em:
http://www.academia.edu/2448702/Tendencias_do_Jornalismo_Cultural_em_Portugal
- Silva, Rocha et al. (2005), “ O uso da análise de conteúdo como uma ferramenta para a pesquisa qualitativa: descrição e aplicação do método”, *Organizações Rurais & Agroindustriais*, vol. 7, nº1, pp. 70-81. (Online)
Disponível em: www.revista.dae.ufla.br
- Siqueira, Denise da Costa Oliveira, Siqueira, Euler David de (2007), “A cultura no jornalismo cultural”, *Líbero*, ano X, 19
- Souza, Madga (s.a) “Globalização e revalorização da identidade cultural” (online)
Disponível em: <http://www.sbec.org.br/evt2003/trab19.doc>
- Tota, Anna, (2000) *Sociologia da Arte – Do Museu Tradicional à Arte Multimédia*, Lisboa
Editorial Estampa
- Traquina, Nelson (2002), *Jornalismo, Lisboa*, Quimera
- Traquina, Nelson (2004), *A Tribo Jornalística, Coleção Media & Sociedade*, Editorial Notícias, Lisboa
- Weber, Max. (1995) *Metodologia das ciências sociais* 2 volumes (Parte 1 e Parte2). São Paulo: Cortez Editora. (online)
Disponível em:
<http://minhateca.com.br/atilamunizpa/Documentos/Metodologia+das+Ci%C3%aancias+Sociais+-+Vol.+II+-+Max+Weber,3240771.pdf>
- Wolf, Mauro (1992), *Teorias da Comunicação*, Editorial Presença, Lisboa
- Wolton, Dominique.(1999) *L'internet, et après?Une histoire critique des nouveaux médias*. Paris,Flamarion

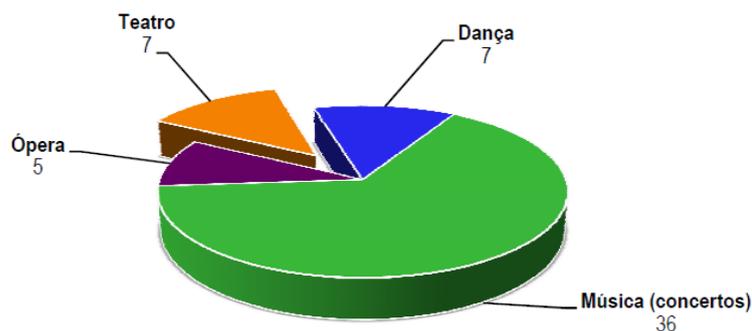
ANEXO A: REALIDADE PORTUGUESA

Gráfico 1 – Número de páginas por área artística no *Ípsilon*, entre 5 de Março e 4 de Junho de 2010, segundo a área artística



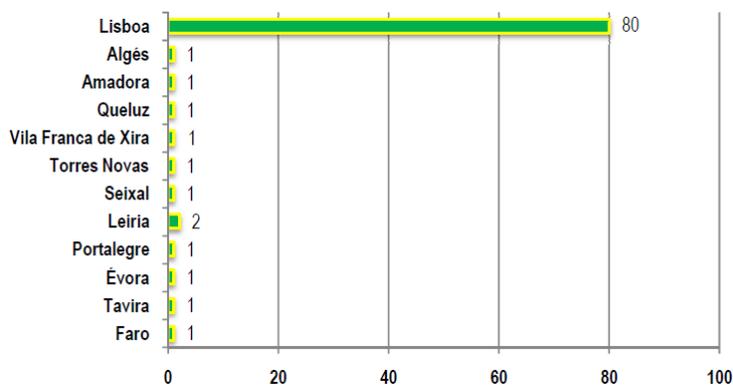
Fonte: Barradas (2010:29)

Gráfico 2 - Número de críticas publicadas no *P2*, entre 5 de Março e 4 de Junho de 2010, segundo a área artística



Fonte: Barradas (2010:35-9)

Gráfico 3 – O destaque *Sair* da agenda cultural no *P2* Lisboa e Cidades de Lisboa, entre 1 de Março e 31 de Maio de 2010, segundo localização geográfica



Fonte: Barradas (2010:32)

ANEXO B: GRELHA DE ANÁLISE OFERTA-MEDIAÇÃO

| OFERTA | | | | Mediação | | | | | Observações | |
|----------------------------|---------------------|------------------------|---------------------|----------|------------|-----------------------|---------------|------------------|-------------|-----------------|
| Grupo de Teatro | Localidade | Espectáculo | Data do Espectáculo | Jornal | Localidade | Saiu Não Saiu | Tipo de Texto | Nº de Parágrafos | | |
| Grupo de Teatro do Grémio | Vila Franca de Xira | Falar Verdade a Mentir | 27/03/2008 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| | | | | Público | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| | | | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| | | | | O. M | | REGIONAL | SIM | Notícia | 7 | Notícia Média |
| | | | | E. Ori | | | | | | |
| | | Pecado de João Agonia | 07/11/2009 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| | | | | Público | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| | | | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| | | | | O. M | | REGIONAL | SIM | Notícia | 5 | Notícia Média |
| | | | | E. Ori | | | | | | |
| | | O Solário | 16/07/2011 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| | | | | Público | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| | | | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| | | | | O. M | | REGIONAL | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural |
| | | | | E. Ori | | | | | | |
| | | Fronteira Fechada | 14/10/2011 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| | | | | Público | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| | | | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| | | | | O. M | | REGIONAL | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural |
| | | | | E. Ori | | | | | | |
| | | A Sapateira Prodigiosa | 06/10/2012 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| | | | | Público | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| | | | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| | | | | O. M | | REGIONAL | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural |
| | | | | E. Ori | | | | | | |
| | | Príncipe Nabo | 01/11/2010 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| | | | | Público | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| | | | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| | | | | O. M | | REGIONAL | SIM | Notícia | 6 | Notícia Média |
| | | | | E. Ori | | | | | | |
| | | O Natal do Lobo Mau | 18/12/2011 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| | | | | Público | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| D.N | NÃO | | | - | | 0 | Sem Notícia | | | |
| O. M | REGIONAL | | | NÃO | | - | 0 | Sem Notícia | | |
| E. Ori | | | | | | | | | | |
| A Galinha dos Ovos Dourado | 18/12/2012 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | | | |
| | | Público | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | | | |
| | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | | | |
| | | O. M | | REGIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | | |
| | | E. Ori | | | | | | | | |
| Smurleta | 18/12/2013 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | | | |
| | | Público | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | | | |
| | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | | | |
| | | O. M | | REGIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | | |
| | | E. Ori | | | | | | | | |

| | | | | | | | | | |
|------------------------------------|------------------------|---------------------------------------|------------|----------|-------------|----------|--------------------------------------|---|--------------------------------------|
| Inestética Companhia Teatral | Vila Franca de Xira | A METAMORFOSE | 28/02/2008 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| | | | | Público | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| | | | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| | | | | O. M | | SIM | Notícia | 3 | Notícia Pequena |
| | | E. Ori | REGIONAL | | | | | | |
| | | THIS IS NOT A FUCKING HAPPENING | 05/12/2009 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| | | | | Público | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| | | | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia e Sem Agenda cultural |
| | | | | O. M | | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural |
| | | E. Ori | REGIONAL | | | | | | |
| | | O PLANETA DAS PALAVRAS | 03/03/2011 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| | | | | Público | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| D.N | NÃO | | | - | | 0 | Sem Notícia | | |
| O. M | SIM | | | Notícia | | 4 | Notícia Média | | |
| E. Ori | REGIONAL | | | | | | | | |
| Artistas Unidos | Lisboa | Noruega-Lisboa- Noruega | 27/05/2008 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| | | | | Público | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| | | | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| | | | | O. M | | REGIONAL | | | |
| | | E. Ori | REGIONAL | NÃO | | 0 | Sem Notícia | | |
| | | Numa certa noite | 04/07/2008 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| | | | | Público | | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural |
| | | | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| | | | | O. M | | REGIONAL | | | |
| | | E. Ori | REGIONAL | NÃO | | 0 | Sem Notícia | | |
| | | O lago | 09/07/2008 | C.M | NACIONAL | NAO | - | 0 | Sem Notícia |
| | | | | Público | | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural |
| | | | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| | | | | O. M | | REGIONAL | | | |
| | | E. Ori | REGIONAL | NÃO | | 0 | Sem Notícia | | |
| | | A última história de Werther | 15/07/2008 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| | | | | Público | | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural |
| | | | | D.N | | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural |
| | | | | O. M | | REGIONAL | | | |
| | | E. Ori | REGIONAL | NÃO | | | Sem Notícia | | |
| | | Esta noite improvisa-se | 05/03/2009 | C.M | NACIONAL | SIM | Notícia | 1 | Agenda cultural |
| | | | | Público | | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural |
| | | | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia e Sem Agenda cultural |
| | | | | O. M | | REGIONAL | | | |
| E. Ori | REGIONAL | NÃO | | 0 | Sem Notícia | | | | |
| Carta aos actores | 06/07/2009 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | | |
| | | Público | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | | |
| | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia e Sem Agenda cultural | | |
| | | O. M | | REGIONAL | | | | | |
| E. Ori | REGIONAL | NÃO | | | Sem Notícia | | | | |
| Para Louis de Funès | 12/07/2009 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | | |
| | | Público | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | | |
| | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia e Sem Agenda cultural | | |
| | | O. M | | REGIONAL | | | | | |
| E. Ori | REGIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | | | | |

| | | | | | | | | |
|---|------------|---------|----------|----------|-------------------|--------|------------------------------------|--|
| Seis personagens à procura de autor | 17/09/2009 | C.M | NACIONAL | SIM | Noticia | 5 | Notícia Média | |
| | | Público | | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural e Foto em Destaque | |
| | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia e Sem Agenda cultural | |
| | | O. M | | REGIONAL | | | | |
| | | E. Ori | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | |
| O peso das razões | 25/11/2009 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | |
| | | Público | | SIM | Agenda | 1 | Noticia Pequena | |
| | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia e Sem Agenda cultural | |
| | | O. M | | REGIONAL | | | | |
| | | E. Ori | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | |
| Cantigas de uma noite de Verão | 11/02/2010 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | |
| | | Público | | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural | |
| | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia e Sem Agenda cultural | |
| | | O. M | | REGIONAL | | | | |
| | | E. Ori | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | |
| Rei Édipo | 18/02/2010 | C.M | NACIONAL | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural | |
| | | Público | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | |
| | | D.N | | SIM | Noticia | 12 | Noticia Grande + Curiosidades | |
| | | O. M | | REGIONAL | | | | |
| | | E. Ori | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | |
| Um precipício no mar | 15/07/2010 | C.M | NACIONAL | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural | |
| | | Público | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | |
| | | D.N | | SIM | Noticia | 1 | Agenda cultural | |
| | | O. M | | REGIONAL | | | | |
| | | E. Ori | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | |
| Fala da criada dos Noailles que no fim de contas vamos descobrir chamar-se também Sévérine numa noite do Inverno de 1975, em Hyères | 16/07/2010 | C.M | NACIONAL | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural | |
| | | Público | | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural | |
| | | D.N | | SIM | Noticia | 1 | Noticia Pequena | |
| | | O. M | | REGIONAL | | | | |
| | | E. Ori | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | |
| Hedda | 16/09/2010 | C.M | NACIONAL | SIM | Noticia Agenda | 3 1 | Agenda cultural e Foto em Destaque | |
| | | Público | | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural e Foto em Destaque | |
| | | D.N | | SIM | Noticia | 7 | Noticia Média | |
| | | O. M | | REGIONAL | | | | |
| | | E. Ori | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | |
| Um homem falido | 29/03/2011 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | |
| | | Público | | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural | |
| | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia e Sem Agenda cultural | |
| | | O. M | | REGIONAL | | | | |
| | | E. Ori | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | |
| A farsa da rua W | 07/12/2011 | C.M | NACIONAL | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural | |
| | | Público | | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural | |
| | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia e Sem Agenda cultural | |
| | | O. M | | REGIONAL | | | | |

| | | | | | | | | |
|------------------------------|------------|----------------|----------|------------|------------------|---|---|--|
| | | E. Ori | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| Herodíades | 11/01/2012 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| | | Público | | SIM | Notícia | 7 | Notícia Média | |
| | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia e Sem Agenda cultural | |
| | | O. M | REGIONAL | | | | | |
| | | E. Ori | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| Dias de vinho e rosas | 18/01/2012 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| | | Público | | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural e Foto em Destaque | |
| | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia e Sem Agenda cultural | |
| | | O. M | REGIONAL | | | | | |
| | | E. Ori | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| O rapaz da última fila | 07/03/2012 | C.M | NACIONAL | SIM | Notícia | 6 | Notícia Média e Promenores | |
| | | Público | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| | | D.N | | SIM | Notícia | 5 | Notícia Média, Fotografia e Curiosidades | |
| | | O. M | REGIONAL | | | | | |
| | | E. Ori | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| Feliz aniversário | 05/09/2012 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| | | Público | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| | | O. M | REGIONAL | | | | | |
| | | E. Ori | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| Palácio do fim | 09/01/2013 | C.M | NACIONAL | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural e Foto em Destaque | |
| | | Público | | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural e Foto em Destaque | |
| | | D.N | | SIM | Notícia | 8 | Notícia Média e Foto em Destaque | |
| | | O. M | REGIONAL | | | | | |
| | | E. Ori | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| A Paz | 12/02/2013 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| | | Público | | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural | |
| | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| | | O. M | REGIONAL | | | | | |
| | | E. Ori | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| Por tudo e por nada | 13/03/2013 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia | |
| | | Público | | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural e Foto em Destaque | |
| | | D.N | | SIM | Notícia | 1 | Agenda cultural e Foto em Destaque | |
| | | O. M | REGIONAL | | | | | |
| | | E. Ori | | NÃO | | 0 | Sem Notícia | |
| O campeão do mundo ocidental | 16/05/2013 | C.M | NACIONAL | SIM | Notícia + Agenda | 3 | Notícia Pequena e Agenda cultural | |
| | | Público | | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural e Foto em Destaque | |

| | | | | D.N | | SIM | Noticia | 6 | Noticia Média | |
|-----------------------------|---------------------------------|-----------------|------------|------------------|------------|-------------------------------------|-------------|-------------|-------------------------------------|--------------------------|
| Oficinas da Penha de França | Lisboa | O Tempo | 19/11/2013 | O. M | REGIONAL | | | | | |
| | | | | E. Ori | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | |
| | | | | C.M | | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Noticia |
| | | | | Público | | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia |
| | | | | D.N | | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia e Sem Agenda |
| | | | | O. M | | REGIONAL | | | | |
| | | E. Ori | NÃO | - | 0 | | Sem Noticia | | | |
| | | Anjos Marginais | 17/04/2008 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | |
| | | | | Público | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | |
| | | | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | |
| | | | | O. M | REGIONAL | | | | | |
| | | | | E. Ori | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | |
| | C.M | | | NACIONAL | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | |
| | Público | NÃO | - | | 0 | Sem Noticia | | | | |
| | D.N | NÃO | - | | 0 | Sem Noticia | | | | |
| | Henriqueta Maria da Conceição | 16/04/2009 | O. M | REGIONAL | | | | | | |
| | | | E. Ori | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | | |
| | | | C.M | | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | |
| | | | Público | NÃO | | - | 0 | Sem Noticia | | |
| | | | D.N | NÃO | | - | 0 | Sem Noticia | | |
| | | | Refuga | 06/07/2010 | O. M | REGIONAL | | | | |
| | E. Ori | NÃO | | | - | | 0 | Sem Noticia | | |
| | C.M | NACIONAL | | | NÃO | | - | 0 | Sem Noticia | |
| | Público | | | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | | |
| | D.N | | | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | | |
| | As Criadas que não são de Genet | 12/10/2011 | | | O. M | REGIONAL | | | | |
| | | | E. Ori | NÃO | - | | 0 | Sem Noticia | | |
| | | | C.M | NACIONAL | NÃO | | - | 0 | Sem Noticia | |
| Público | | | NÃO | | - | 0 | Sem Noticia | | | |
| D.N | | | NÃO | | - | 0 | Sem Noticia | | | |
| Os Campaniços | | | 15/10/2012 | O. M | REGIONAL | | | | | |
| | E. Ori | NÃO | | - | | 0 | Sem Noticia | | | |
| | C.M | NACIONAL | | NÃO | | - | 0 | Sem Noticia | | |
| | Público | | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | | | |
| | D.N | | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | | | |
| | O Preconceito vencido | 13/09/2013 | | O. M | REGIONAL | | | | | |
| E. Ori | | | NÃO | - | | 0 | Sem Noticia | | | |
| C.M | | | NACIONAL | NÃO | | - | 0 | Sem Noticia | | |
| Público | | | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | | | |
| D.N | | | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | | | |
| Artistas Unidos | | | Lisboa | Lisboa invisível | 14/02/2008 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 |
| | Público | SIM | | | | Noticia | | 2 | Noticia Pequenas e Foto em Destaque | |
| | D.N | NÃO | | | | - | | 0 | Sem Noticia | |
| | O. M | REGIONAL | | | | | | | | |
| | E. Ori | | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | | | |
| | C.M | | | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | | |
| | Público | SIM | Noticia | | 1 | Noticia Pequenas e Foto em Destaque | | | | |
| | D.N | NÃO | - | | 0 | Sem Noticia | | | | |
| | A caravana | 12/06/2009 | O. M | REGIONAL | | | | | | |
| | | | E. Ori | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | | |
| | | | C.M | | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | |
| | Público | NÃO | - | 0 | | Sem Noticia | | | | |

| | | | | | | | |
|--|------------|----------------|----------|------------|---------|---|--|
| | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia e Sem Agenda cultural |
| | | O. M | REGIONAL | | | | |
| | | E. Ori | REGIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| Contos em viagem Brasil - outras rotas | 23/10/2009 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| | | Público | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia e Sem Agenda cultural |
| | | O. M | REGIONAL | | | | |
| | | E. Ori | REGIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia e Sem Agenda cultural |
| A rainha da beleza de Leenane | 22/04/2010 | C.M | NACIONAL | SIM | Notícia | 2 | Notícia Pequena |
| | | Público | | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural |
| | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia e Sem Agenda cultural |
| | | O. M | REGIONAL | | | | |
| | | E. Ori | REGIONAL | NÃO | - | 0 | Sem notícia |
| 1974 | 18/11/2010 | C.M | NACIONAL | SIM | Agenda | 2 | Notícia Pequena |
| | | Público | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia e Sem Agenda cultural |
| | | O. M | REGIONAL | | | | |
| | | E. Ori | REGIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| Os Lusíadas | 25/11/2010 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| | | Público | | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural |
| | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia e Sem Agenda cultural |
| | | O. M | REGIONAL | | | | |
| | | E. Ori | REGIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| Portugal dos poetas | 10/02/2011 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| | | Público | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia e Sem Agenda cultural |
| | | O. M | REGIONAL | | | | |
| | | E. Ori | REGIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| Especialistas | 07/07/2011 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| | | Público | | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural |
| | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia e Sem Agenda cultural |
| | | O. M | REGIONAL | | | | |
| | | E. Ori | REGIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| Flores para mim | 04/11/2011 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| | | Público | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia e Sem Agenda cultural |
| | | O. M | REGIONAL | | | | |
| | | E. Ori | REGIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| Anjos com fome | 02/03/2012 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| | | Público | | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural |
| | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia e Sem Agenda cultural |
| | | O. M | REGIONAL | | | | |
| | | E. Ori | REGIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| O senhor Ibrahim e as flores do Corão | 15/06/2012 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| | | Público | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |
| | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Notícia e Sem Agenda cultural |
| | | O. M | REGIONAL | | | | |
| | | E. Ori | REGIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Notícia |

| | | | | | | | | | |
|--------|-----|--|------------|-------------|----------|-----|---------|-------------|------------------------------------|
| | | Por causa da muralha, nem sempre se consegue ver a lua | 07/12/2012 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Noticia |
| | | | | Público | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia |
| | | | | D.N | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia e Sem Agenda cultural |
| | | | O. M | REGIONAL | | | | | |
| | | | E. Ori | | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | |
| | | | | | | | | | |
| | | As centenárias | 17/10/2013 | C.M | NACIONAL | NÃO | - | 0 | Sem Noticia |
| | | | | Público | | SIM | Agenda | 1 | Agenda cultural |
| | | | | D.N | | SIM | Noticia | 3 | Noticia pequena e foto em destaque |
| | | | | O. M | REGIONAL | | | | |
| E. Ori | NÃO | - | 0 | Sem Noticia | | | | | |

ANEXO C: RESULTADOS

Quadro 1 – Atividades Divulgadas

| | TOTAL Atividades Divulgadas | TOTAL % |
|----------------------|--|----------------|
| Divulgado | 37 | 64,9 |
| Não Divulgado | 20 | 35,1 |

Figura 1 - Atividades Divulgadas segundo o Concelho

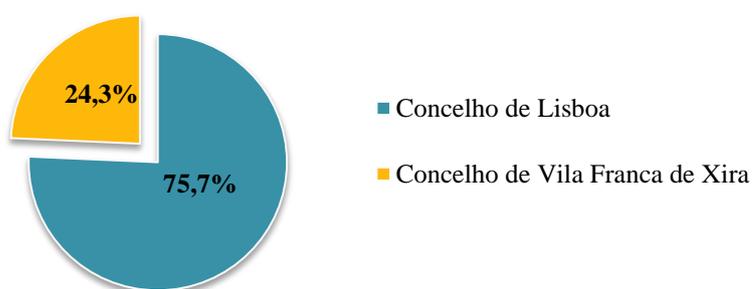
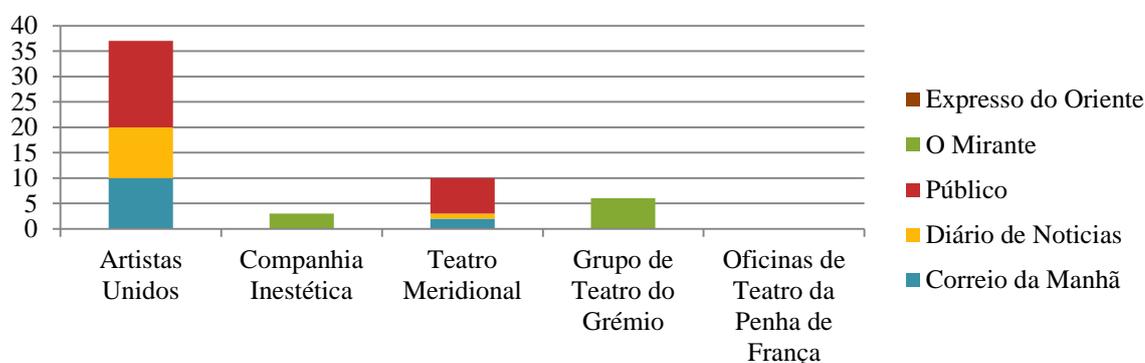


Figura 2 – Divulgação dos Grupos segundo o Jornal



Quadro 2 – Diferenças entre grupos e peças divulgadas

| | Mirante | | |
|-------------------------------------|------------------|------------------|------|
| | Peças Divulgadas | Peças Realizadas | % |
| <i>Grupo de Teatro do Grémio</i> | 6 | 9 | 66,7 |
| <i>COMPANHIA Teatral Inestética</i> | 3 | 3 | 100 |

ANEXO D: ENTREVISTAS

Quadro 1 – Caracterização dos Entrevistados

| Nome | Jornal/Grupo | Função | Data |
|-------------------------------|---------------------------------------|--|---------------------|
| Andreia Bento | Artistas Unidos | Responsável de Comunicação | 9 de Maio de 2014 |
| Leonor Carpinteiro | Artistas Unido | Responsável de Comunicação | |
| José Canha | Grupo de Teatro do Grémio | Responsável de Comunicação | 14 de Maio de 2014 |
| João Ferrador | Oficinas de Teatro da Penha de França | Encenador e Responsável pela Comunicação | 22 de Maio de 2014 |
| Tiago Mansilha | Teatro Meridional | Responsável de Comunicação | 1 de Julho de 2014 |
| Ana Maria Ribeiro | Correio da Manhã | Jornalista da secção de cultura | 12 de Junho de 2014 |
| Maria João Caetano | Diário de Notícias | Jornalista da secção de cultura | 6 de Junho de 2014 |
| Tiago Bartolomeu Costa | Público | Jornalista da secção de cultura | 2 de Julho de 2014 |
| Alberto Basto | O Mirante | Diretor Editorial | 2 de Julho |

ANEXO E: GUIÕES DE ENTREVISTA

E.1 - Guião de Entrevista – Grupos de Teatro

1. No plano de divulgação de uma atividade, quais as ferramentas de divulgação que utilizam?
2. Qual a importância da imprensa escrita para a divulgação das atividades do Grupo?
3. Como é feito o processo de mediação para a divulgação das atividades de teatro?
4. Ainda na imprensa escrita, por norma, a divulgação passa pela imprensa de massa (exemplo: *Correio da Manhã*, Público, Diário de Notícias) ou pela imprensa escrita regional, ou por ambos?
5. Tendo em conta a génese do grupo (amador ou profissional) considera que existem diferenças de tratamento, no processo de mediação, no que respeita aos *media* de massa ou os *media* regional? Quais?
6. O Grupo recorre à internet para divulgação das atividades?
7. (Se recorre) Quais as ferramentas de internet que o grupo possui (Exemplo: Facebook, site)?
8. (Se recorre) Como é feita a divulgação “*online*”?
9. Tendo em conta o contexto atual, em que a maioria dos portugueses possui computador e internet, acredita que a internet é a melhor ferramenta para que exista uma boa divulgação e que essa chegue a um número superior do que a imprensa escrita?

E.2 – Guião de Entrevistas – Imprensa Escrita

1. Como é feito o processo de mediação entre os grupos de teatro e o jornal?
2. Existem critérios para que a vossa empresa divulgue as atividades dos grupos de teatro? Quais? *Exemplo: a génese do grupo de teatro (amador ou profissional), a localização, os custos, mediatização da equipa técnica e artística?*
3. Quais os critérios, para diferenciar se a divulgação de uma atividade deve ser feita apenas no Cartaz/*Agenda cultural* ou notícia?
4. A génese do grupo, bem como a *mediatização* da equipa que a compõe, influencia o alinhamento editorial?

5. Com que frequência uma atividade de um Grupo de Teatro Amador é divulgada no vosso jornal?
6. Existe a ideia que a divulgação dos grupos de teatro amador passa principalmente pelos jornais regionais, concorda? Porquê?
7. Considera essencial que a divulgação das atividades dos grupos de teatro passe pelas empresas de comunicação? Porquê?
8. Tendo em conta o crescimento *new media*, a imprensa escrita tem tido um decréscimo na procura dos grupos de teatro para a divulgação das suas atividades? Porquê?
9. O que diferencia a divulgação por parte da imprensa escrita dos *new media*?

Curriculum Vitae

Luís Duarte

Informação Pessoal

Apelido(s)/Nome(s) próprios
Morada
Telemóvel
Correio eletrónico
Nacionalidade
Data de Nascimento
Sexo

Gonçalves Duarte, Luís Filipe

Rua Fernando Pessoa nº 12 1º Esquerdo
925856807
lfgde@outlook.com
Portuguesa
10/05/1990
Masculino

Experiência Profissional

Datas
Função ou cargo ocupado
Principais atividades e responsabilidades
Nome e morada do empregador

3 de Outubro de 2013 a 3 de Janeiro de 2014

Jornalista/Repórter Estagiário da TVI (curricular)

- Repórter da TVI
- Realização de Reportagens na secção de Sociedade para o Diário da Manhã, Jornal da Uma e Jornal das Oito, bem como para o Canal Informativo TVI24
- Contactos telefónicos
- Agendamento de entrevistas.
- Legendagem de Peças

TVI - Televisão Independente (Grupo *Media Capital*), Queluz de Baixo (Portugal)

Datas
Função ou cargo ocupado
Principais atividades e responsabilidades
Nome e morada do empregador

22 de Junho de 2010 a 21 de Agosto de 2010

Operador de Armazém

Produção e expedição do material

URBANOS, LOURES (Portugal)

Datas
Função ou cargo ocupado
Principais atividades e responsabilidades
Nome e morada do empregador

Julho de 2008 a Agosto de 2008

Operador de Loja

Repositor e atendimento ao público

Sonae – WORTEN, Loureshopping

Datas
Função ou cargo ocupado
Principais atividades e responsabilidades
Nome e morada do empregador

Julho de 2006

Ordenamento do Território

Integrado no Programa de Ocupação de Jovens (POJ)

Câmara Municipal de Vila Franca de Xira, Vila Franca de Xira (Portugal)

Educação e Formação

Datas
Designação da qualificação atribuída
Dissertação de Mestrado
Principais disciplinas/competências profissionais

2012 - 2014

Mestrado em Comunicação Cultural e Tecnologias da Informação – Especialização em *Media* e Jornalismo

“O papel dos *media* (imprensa escrita e internet) na estratégia de divulgação de atividades dos grupos de teatro dos concelhos de Lisboa e Vila Franca de Xira”; área de *media* e jornalismo; sob orientação do Professor Doutor José Soares Neves

Área Geral: Dinâmicas Sociais da Internet, Práticas Discursivas, Teoria em *Media* e Comunicação, Questões Contemporâneas da Comunicação e da Cultura, Desenho de Pesquisa, Publicidade, Inovação e Criatividade

| | | | | | |
|---|---|---------|-----------------|---------------|----------------|
| Nome e tipo da organização de ensino ou formação | <p>Área de <i>Media</i> e Jornalismo: Políticas Europeias para os <i>Media</i>, Geopolítica dos <i>Media</i>, Gestão dos Meios de Comunicação Social, Estudos Críticos em <i>Média</i> e Jornalismo</p> <p>Área de Investigação Científica: Métodos de Análise de Multimédia</p> <p>Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL)</p> | | | | |
| Datas | 2009-2012 | | | | |
| Designação da qualificação atribuída | Licenciatura em Ciência Política – Especialização em Políticas Públicas | | | | |
| Projeto Final de Investigação em Ciência Política | “ Media & Participação Política Convencional ” sob orientação dos Professores Ana Belchior e José Manuel Leite Viegas. | | | | |
| Principais disciplinas/competências profissionais | <p>Área de Ciência Política: Análise de Dados Quantitativos (Descritiva, Inferencial, Multivariada e Modelos de dependência – via programa informático SPSS), Teoria Política; Introdução à Ciência Política; Instituições Políticas; Sistemas Políticos Comparados; Sistemas Eleitorais</p> <p>Área de Investigação Quantitativa e Qualitativa: Métodos e Técnicas de Investigação (Intensivos e Extensivos); Laboratórios (Pesquisa Comparativa; Indicadores e Fontes Estatísticas; Pesquisa Bibliográfica e Fontes Documentais; Ética e Profissão; Elaboração de Projetos de Investigação)</p> <p>Área de Políticas Públicas: Estado e Políticas Públicas; Metodologias de Planeamento e de Avaliação; Sociedade e Políticas Sociais; Ciência da Administração; Modernidade e Questão Social</p> <p>Área de Economia: Introdução à Economia</p> <p>Área de Sociologia: Sociologia da Cultura</p> <p>Área de Gestão de Recursos Humanos: Gestão e Negociação de Conflitos</p> <p>Área de História e Direito: História Moderna e Contemporânea; Direito Constitucional e Administrativo</p> | | | | |
| Nome e tipo da organização de ensino ou formação | Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL) | | | | |
| Ações de Formação, Colóquios e Conferências | | | | | |
| Data | 19 de Fevereiro de 2013 | | | | |
| Tipo e Título | Conferência ISCTE-TVI: Como vai ser o Jornalismo daqui a 20 anos?! | | | | |
| Temas Principais | «Como vai ser o jornalismo nos próximos 20 anos? Até sabermos a resposta, continuamos a fazer perguntas». Uma jornada de reflexão sobre o jornalismo que queremos para os próximos 20 anos, reunindo figuras de referência nacionais e internacionais.» | | | | |
| Organização | Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL) e TVI | | | | |
| Língua Materna | Português | | | | |
| Outra(s) língua(s) | | | | | |
| Auto-avaliação | | | | | |
| Nível Europeu | | | | | |
| Inglês | Compreensão | | Conversa | | Escrita |
| | Compreensão Oral | Leitura | Interação Oral | Produção Oral | |
| | B1 | A2 | B1 | A2 | A2 |
| Espanhol | Compreensão | | Conversa | | Escrita |
| | Compreensão Oral | Leitura | Interação Oral | Produção Oral | |
| | B2 | C1 | B2 | B1 | B1 |
| Observações: Formação em Língua Espanhola - Comunicação Administrativa AR-FOR | | | | | |

| Francês | Compreensão | | Conversaço | | Escrita |
|--|---|---------|---------------|--------------|---------|
| | Compreensã Oral | Leitura | Interaçã Oral | Produçã Oral | |
| | B1 | B1 | B1 | A2 | A2 |
| Aptidões e Competências Sociais | Bom orador, Ativo, Dinâmico, Pontual, Facilidade em trabalhar em grupo, Boa apresentação | | | | |
| Aptidões e Competências de Organização | Responsável, Metódico, Organizado, Bom sentido de coordenação e de planeamento de tarefas | | | | |
| Aptidões e Competências Informáticas | Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint); SPSS-Statistics/Pas W; INEWS; Conhecimentos gerais de software e de hardware | | | | |
| Outras Aptidões e Atividades | <p>(Desde 2008) Aptidão Artística – Ator no <i>Grupo de Teatro do Grémio</i> (2008-2014). Grupo Oficinas da Penha de França (Setembro de 2014);</p> <p>(2011) – Ator/Diretor de Cena da Peça “Fronteira Fechada” de Alves Redol</p> <p>(2003 – 2005) Aptidão em Desporto – Badminton (Atleta Federado) Campeão Regional de Vila Franca de Xira (2003 a 2005); 2º classificado na ABLIS em 2005. Participação no campeonato Nacional de Badminton.</p> | | | | |
| Carta de Condução | Sim | | | | |